



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE PSICOLOGÍA**

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo: **ANDREA LORENA PEÑAHERRERA VACA**, con C.I. **171663413-2**, autora del trabajo de graduación intitulado: **“ANÁLISIS DE LA FALTA DEL OTRO Y SU RELACIÓN CON EL NEOLOGISMO DENOMINADO “PHUBBING”**. Estudio realizado desde la Teoría Psicoanalítica en estudiantes entre 18 y 21 años de la Facultad de Psicología de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador durante el segundo semestre 2014-2015, previa a la obtención del título profesional de **PSICÓLOGA CLÍNICA**, en la Facultad de **Psicología**.

- 1.- Declaro 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.- Autorizo 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, noviembre 2015

ANDREA LORENA PEÑAHERRERA VACA
C.I. 171663413-2

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE PSICOLOGÍA

DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
PSICÓLOGA CLÍNICA

“ANÁLISIS DE LA FALTA DEL OTRO Y SU RELACIÓN CON EL
NEOLOGISMO DENOMINADO “PHUBBING””

ANDREA LORENA PEÑAHERRERA VACA

DIRECTORA: GRACIELA RAMIREZ

QUITO, 2015

DEDICATORIA

Para todos aquellos sujetos quienes necesitan del otro del sentir, del ser y del percibir. Aquellos sujetados al lenguaje, a la voz; sujetos que se encuentren y se pierdan en la mirada y sonido penetrable del otro.

A ellos, y a aquellos sujetos enredados, que aún creen en el algo más del encuentro con la palabra, esa palabra que hace palpitar y seguir asombrándose con la simplicidad del mundo del otro.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco de manera especial, a quienes han sido mi eje y mi soporte durante toda mi vida, a ellos quienes me han guiado a lo largo de mi formación académica y personal, mis padres. A mi hermana, quien es mi luz y mi vigilia en todo momento, a mi abuelita quien me impulsa con el roce de su alegría, y sobretodo agradezco a mis dos ángeles guardianes, mis abuelos, a ustedes que desde el cielo me mantienen sintiendo.

A mis amigos, a ellos quienes me acompañaron desde el inicio de esta aventura de vivir y conocer el mundo y a ustedes mis futuras colegas y compañeras del alma, quienes juntas hemos sabido levantar la voz del alma.

A la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. A los profesores que han marcado mi formación profesional. A la Msc. Graciela Ramírez, quien con su guía y paciencia supo emprender este camino a mi lado, como una maestra y amiga. Gracias eternas por cada enseñanza.

Tabla de contenido

Resumen	V
Introducción.....	1
1. CAPÍTULO I: EL TÉRMINO PHUBBING ENTENDIDO COMO NEOLOGISMO.....	6
1.1 ¿Qué es un neologismo?.....	6
1.1.1 Mecanismos de formación de neologismos.....	9
1.1.2 Neologismos por composición.	13
1.2 Definición de término phubbing.	14
1.2.1 Etimología del termino phubbing.....	17
1.3 La situación comunicativa.....	17
1.3.1 Nuevas formas de comunicación.....	19
1.3.2 Interlocutores virtuales.	21
2. CAPÍTULO II: LAZO SOCIAL.....	23
2.1. Definición.....	23
2.2. Relación del Lazo Social y el neologismo phubbing.....	25
3. CAPÍTULO III: NOCIÓN DE FALTA DEL OTRO.....	29
3.1 El sujeto hablante.	29
3.2 El otro, partenaire.....	33
3.3 Pérdida del imaginario del cuerpo del otro.	35
3.4 Relación de la falta del otro con el neologismo denominado phubbing a través del análisis de casos.	40
3.4.1 Características de la población	41
3.4.2 Instrumentos	41
3.4.3 Procedimiento.....	42
3.4.4 Presentación de los resultados obtenidos.....	42

Conclusiones.....	53
Recomendaciones	57
Referencias	59
ANEXOS	63

Resumen

El propósito de la presente investigación es analizar lo que denominaremos “la falta del otro” con una posible relación existente con el neologismo denominado “phubbing”. Con este estudio se espera evidenciar como el “phubbing”, entendido como el acto de ignorar a las personas por revisar el celular, es una conducta que da cuenta de la reducción del hablante a interlocutor virtual; situación que entorpece la emergencia de un lugar para la falta, un concepto psicoanalítico que da cuenta de una incompletud necesaria. Además, este trabajo busca concientizar a la sociedad actual sobre esta pérdida paulatina de interlocución directa del uno a uno, pérdida que pasa a invadir ese espacio propio de cada ser humano y que incluso deja abierta la posibilidad de la transgresión de espacios más íntimos inherentes al sujeto; dejando así obstruida la necesidad de buscar y relacionarse con otras personas porque sabemos de nuestros pares hablantes a tiempo real mediante las publicaciones que realiza, sostenidos en un intento ingenuo de entender la comunicación como un todo irreductible.

Palabras clave:

Sujeto, virtualidad, redes sociales, otro, *partenaire*, cuerpo, dispositivo, comunicación.

Introducción

Los seres humanos han pasado por distintos momentos en su intento por comunicarse, pretendiendo siempre que una comunicación exitosa cuente con al menos dos elementos: un locutor y un interlocutor. Estos elementos se articulan de distinta forma: un lector y un escritor, un orador y su público, etc. La tecnología ha llevado al surgimiento de nuevas formas de comunicación, que han desligado al sujeto del proceso convencional del uno a uno. En estas nuevas formas de comunicación se observa que la falta del otro, es decir la ausencia eventual de un interlocutor; falta que ya no existe porque el otro (partenaire), está siempre presente como un interlocutor virtual en ese mundo de contenido online.

La presente investigación se enfocará en abordar la relación existente entre la falta del otro, entendida como: la no presencia física y el "phubbing", un fenómeno al que nos aproximaremos desde la idea de que es un neologismo creado desde lo virtual, un término nuevo que se refiere al acto de ignorar al otro por utilizar el celular. Pensar a un término como un neologismo nos permite articular algo de su etimología y sentidos.

El trabajo será posible a partir de la vinculación entre el trabajo teórico con la observación y testimonios de los participantes del estudio. La parte teórica partirá del análisis etimológico del neologismo "phubbing" desde la lingüística, para consecutivamente conceptualizarlo. Se tomarán conceptos como los de falta, imaginario, lazo social, realidad efectiva, cuerpo y neologismo, conceptos tomados desde la obra lacaniana, en una búsqueda por situar los mecanismos intra psíquicos relacionados con este fenómeno. En esta investigación no se considerará a la población de estudiantes mayores a los 21 años de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, ya que se observa que la conducta referente al neologismo "phubbing", es decir el uso continuado del dispositivo electrónico y la pérdida de encuentro en la realidad efectiva entre dos sujetos, está presente con mayor incidencia en estudiantes menores a los 21 años de edad.

La investigación girará en torno a la pregunta: ¿Qué relación existe entre la falta del otro, entendida como la no presencia física de ese otro (*partenaire*) con el neologismo denominado “phubbing”? (Evans D, 1997).

Este trabajo presenta al fenómeno “phubbing” como un neologismo ya que se observa que es un término nuevo e insistente en el mundo virtual que aún no se ha pensado a nivel de concepto, pero que poco a poco está entrando en el léxico actual para tratar de dar una explicación a la conducta de ignorar al otro y reemplazarlo por un aparato electrónico.

El término *phubbing* aparece en Australia en el año 2013, a partir de la observación directa de un joven estudiante Alex Haigh, quien lo señala y promueve como una problemática que se forja a la hora de entablar una conversación con otra persona, donde los sujetos ya no son concebidos únicamente como los actores y autores principales del proceso de comunicación, sino que esta comunicación del uno a uno es traspasada por un “elemento distorsionante” que perturba la relación comunicativa entre ambos sujetos (Educ.ar, 2015).

En consonancia con lo anterior, estudios realizados en Australia por promotores “antiphubbing” mediante la página stopphubbing.com reportan que el 87% de los adolescentes prefieren comunicarse por mensajes de texto que cara a cara y que en promedio dedican de dos a tres horas diarias a actualizar estados en redes sociales. Según estudios realizados por este mismo movimiento revelan que existen jóvenes que revisan su móvil cada 15 minutos (Castillo, 2014).

Por otro lado, hoy por hoy la comunicación se encuentra mediada por los aparatos electrónicos a los que el sujeto ha sido encaminado a partir del desarrollo tecnológico, viéndose en la encrucijada de un mundo virtual. De igual forma, se observa intuitivamente que el sujeto está siendo devorado por el mundo virtual invasivo que incluye: mensajes, publicaciones, actualizaciones de estado, “likes”, “sms”, etc. Al reducir al sujeto a un interlocutor virtual, se está dejando de lado lo más real y humanizante del ser humano; es decir la palabra, esa palabra que transgrede lo palpable, penetra hasta el sentido, se revela en la mirada del otro y posibilita el lazo social.

Es por tal razón, que con la presente investigación tiene la finalidad de dar cuenta de la existencia de un nuevo fenómeno que aqueja a la sociedad actual en un nivel no sólo relacional, donde la comunicación directa con los otros cada vez se ve más ligada a la virtualidad de las publicaciones en un perfil social, o depende de un mensaje infalible donde el sujeto puede sentir el reconocimiento del otro.

En el primer capítulo revisaremos tres puntos principales: el primero será acerca del neologismo, los mecanismos de formación y los neologismos por composición; el segundo punto será un recorrido etimológico de la palabra "phubbing", posteriormente se profundizará el texto de Uriega donde se define al "phubbing" como: "el acto de ignorar a otra persona mientras se revisa el teléfono" (Uriega, 2013, párr.1). El tercer punto hará referencia a la situación comunicativa, donde se abordará el modelo de comunicación propuesto por R. Jakobson, de igual forma se identificarán las nuevas formas de comunicación.

En el segundo capítulo se va a analizar el concepto de lazo social, en una primera instancia nos aproximaremos a este complejo concepto a partir del texto de Jacques-Alain Miller "Psicoanálisis y sociedad" del año 2005, donde el autor dice que el lazo social se basa en una relación de dominación, es decir de dominado y dominante. A partir de la definición se podrá relacionar al lazo social con el neologismo "phubbing", para esto se partirá del texto "Figuras del Sujeto" de Daniel Gutiérrez (2002), donde este propone un sujeto como pseudo actor sociológicamente indeterminado, ya que dice que su accionar no se inscribe en relaciones sociales sino en sus intereses y expectativas, es decir en relaciones de dominación (Gutiérrez, 2002).

Desde la Teoría Psicoanalítica se abordará la relación del lazo social y el neologismo "phubbing" tomando como referencia el texto de Liliana Lamovsky "Psicoanálisis y Lazo Social" (2005), donde la autora propone que:

"El pasaje del capitalismo productivo, correlato de la modernidad hacia la postmodernidad, caracterizada por el capitalismo financiero y la globalización, se asienta en estrategias discursivas entretejiendo los lazos sociales que producen profundas modificaciones en la lógica colectiva y en los modos de la subjetividad contemporánea. Tienden a disolverse los

lazos que sostienen la trama social con pérdida de los vínculos de solidaridad y reciprocidad.” (Lamovsky, 2005, p. 1).

El tercer capítulo del presente trabajo nos remite a la falta del otro donde se analizarán tres puntos: el primer punto es la noción de sujeto hablante de Oswaldo Ducrot planteado en el texto “El decir y lo dicho” (2001). Ducrot realiza una crítica de la unicidad del sujeto hablante y en contraposición a esto señala que el sujeto hablante es: “el autor, el origen de los actos ilocutorios efectuados en la producción del enunciado. El sujeto hablante es el que ordena, pide, acierta..., etc.” (Ducrot, 2001, p.256).

El segundo punto es el concepto de otro (*partenaire*) a partir de las elaboraciones de Jacques Lacan en su seminario XIV “De un otro al otro” de (1968-1969), donde el autor desarrolla esta relación simbólica de otro y del Otro. Es a partir de aquí donde se tratará la concepción de una pérdida del imaginario en relación al encuentro físico con el otro.

Finalmente, el tercer punto del capítulo se aproxima a la idea de la pérdida del imaginario del cuerpo del otro, desde la referencia al seminario XIV de J. Lacan “La lógica del fantasma” (1966-1967) donde se aborda el concepto de falta, como falta al a, es decir del Otro, en palabras de Lacan: “el sujeto no sabría instituirse más que como una relación de falta al a que es del Otro, al querer situarse en el Otro, al no haberlo, más que amputado de este objeto a” (Lacan, 1966-1967, p. 101).

Es así, como la presente investigación tiene su base en distintos planteamientos conceptuales y pretende ser un primer acercamiento al fenómeno detrás del neologismo *phubbing*. Asimismo, actualmente existen estudios realizados sobre el “phubbing” pero ninguno desde una lectura psicoanalítica, sino desde una lectura social y de controversia; nadie se ha cuestionado acerca del tema desde un discurso psicoanalítico, a pesar de que es un fenómeno que se observa en todas partes, en buses, calles, cafeterías e incluso en los distintos lugares de la universidad.

Estudios similares al tema planteado, no se han realizado en el Ecuador, por tanto es un tema novedoso y que espera alcanzar un nivel de concientización social en la sociedad ecuatoriana e invitar a los jóvenes psicólogos a pensar desde el psicoanálisis las situaciones de

nuestra cotidianidad, de tal suerte que, atravesados por este interés, podamos producir desde una rigurosidad que se construye más allá de la universidad, justamente en el análisis y el trabajo sobre nuestras ideas.

1. CAPÍTULO I: EL TÉRMINO PHUBBING ENTENDIDO COMO NEOLOGISMO

1.1 ¿Qué es un neologismo?

El término neologismo como tal nace en el siglo XVIII en el Siglo de las Luces, época de grandes cuestionamientos a nivel de la ciencia y de la razón y por tanto llevó a un gran progreso de la humanidad. El neologismo surge en aquella época para dar cuenta de una afectación en la manera de expresarse y es poco después del Siglo de las Luces cuando el término adquirió su significación actual, es decir como una terminología lingüística que hace referencia a una innovación de la lengua (Guerrero G, 1997, p.10).

Para poder comprender a profundidad la noción de neologismo, se partirá de la distinción entre neología y neologismo realizada por Gloria Guerrero en su libro "Neologismos en el español actual". En el texto la autora hace referencia a un tipo de relación de oposición entre los términos antes mencionados, donde la neología se concibe como un sistema o conjunto de reglas y condiciones que contemplan la creación, marcación y el empleo del neologismo; mientras que al neologismo, Guerrero lo define como "unidades léxicas nuevas" (Guerrero G, 1997, p.10).

Es así como el neologismo puede ser entendido como resultado de la neología, es decir como resultado de un proceso continuo de formación de palabras o combinaciones (unidades léxicas) de una lengua. Este proceso crea una necesidad de denominación de nuevos conceptos, realidades, representaciones y fenómenos que van surgiendo poco a poco en el lenguaje de los sujetos y además crea en ellos una necesidad de representarlos en un significante, que va a remitir a la de esa idea o representación a la que significa.

La lengua es para producirse, en ella hay cambios de sentido y acepciones que llevan al surgimiento de variaciones dentro de la lengua, producciones denominadas neologismos. Por ejemplo, el encuentro de dos lenguas dentro de poblaciones de frontera, lleva a que la lengua propia de cada lugar sea intervenida por la lengua de la otra población, es decir el constante movimiento de la lengua producida por los sujetos de lenguaje, hace que la lengua de un lugar específico se modifique por el inmutable intercambio comunicativo entre los sujetos.

En el caso de poblaciones fronterizas, su cultura, costumbres, tradiciones, vestimenta e incluso el lenguaje pueden ser diferentes, pero es a partir de la interrelación de los sujetos donde

se modifica la lengua. Este proceso o transformación se realiza en vista de la existencia de una necesidad de comunicación entre sujetos, de un intercambio comercial, cultural y relacional. Es así como actualmente en el vocablo de la sociedad ecuatoriana, se ha vuelto un rasgo común el introducir neologismos derivados del idioma inglés para dar un cierto matiz a la comunicación, palabras tales como: bullying, laptop, smartphone, etc.

Por tanto ¿cómo ser parte del proceso de comunicación con la otra población? o de igual manera ¿cómo hacerse entender si no es por medio de una modificación lingüística de cada una de las “lenguas fronterizas”?, con el término se hace referencia a la lengua propia de cada población que habita una frontera. Es a partir de la formación de neologismos que los sujetos podrán relacionarse unos con otros de una mejor manera.

Podemos inferir entonces, que los neologismos pueden llegar a conceptualizarse también como invenciones, que al adquirir un concepto nuevo, se lo integra a la lengua y sirve para discernirlo de otro significante o concepto.

A su vez el neologismo da cuenta de la historia de la lengua, en otras palabras, va dando una explicación a aquello que en un momento dado, fue surgiendo sin un significante dado y que al adquirir un carácter conceptual de neologismo, puede dar cuenta de una respuesta al fenómeno.

Ante las nuevas realidades de cada día, la lengua sólo tiene una salida: incorporar un elemento léxico en su sistema que dé cuenta de cada concepto, bien mediante la creación de un nuevo término (neologismo formal), bien mediante la adopción o adaptación de una forma extranjera (préstamo) o bien mediante la aplicación significativa de dicho concepto a una forma ya existente (neologismo semántico). (Guerrero G, 1997, p.7).

En relación a lo anterior, se observa que con el paso del tiempo, con el progreso de la humanidad, con las modificaciones culturales, con el surgimiento de nuevos fenómenos e incluso con la aparición de nuevos neologismos, ciertas palabras que en épocas anteriores formaban parte de la lengua, hoy en día ya no se utilizan. Esto da cuenta del cambio histórico de la lengua que puede ser identificado a partir de un neologismo, que ubicará al sujeto en una época específica de cambio y de invenciones léxicas, obligadas por el constante intercambio social, por ejemplo la palabra “Carreta”, que en épocas antiguas se utilizaba para denominar al

medio de transporte, actualmente ya no es una palabra muy común ya que el progreso de la sociedad y la tecnología ha eliminado al objeto como tal y por tanto ya no es necesaria su producción a nivel de lenguaje.

Los avances de la ciencia, la tecnología y la técnica, hacen que la lengua se vea forzada a dar respuesta a estas nuevas realidades, fenómenos, representaciones e ideas. Estas, surgen con el cambio invasivo de los contextos, es decir los neologismos surgen como invenciones necesarias que dan cuenta del cambio y evolución de la lengua y consecuentemente de la realidad humana (Guerrero G, 1997).

Cuando hablamos de seres humanos directamente se los asocia al lenguaje, a la asociación de las representaciones y sobre todo cuando hablamos de lenguaje se remite al proceso de comunicación donde se inserta a un interlocutor, a este interlocutor lo llamaremos otro con minúscula, concepto tomado del psicoanálisis.

El concepto del otro dentro del psicoanálisis hace referencia al otro partenaire, a ese otro que no es realmente otro sino que es una proyección del Yo, por lo tanto está inscrito como una totalidad en el orden imaginario (Evans D, 1997, p.143). Ahora bien este otro se relaciona con la comunicación misma donde hay un sujeto, que en la enunciación es el que determina esa posibilidad de comunicación. Misma que se conecta con la idea del Yo, concepto tomado de la obra Freudiana, que hace referencia a la instancia mediadora entre el ello y el superyó. El Yo hace que el sujeto se diferencie de los otros y además muestra lo más esencial de su construcción psíquica. La cuestión del Yo será retomada y profundizada en posteriores acápite.

Santiago Alba Rico en su texto "Las reglas del caos" (1995) dice lo siguiente sobre la sociedad actual:

Nos encontramos con que la sociedad capitalista es una sociedad débil, una sociedad evaporada; que no es casi sociedad y que si, con todo, lo sigue siendo (porque en ello hay hombres, además de funciones), lo es sólo accidental o indirectamente y que es, por añadidura, un tipo de sociedad paradójico y sin precedentes en el que no son las relaciones entre los hombres las que producen sociedad sino el hecho de que los hombres, aislados los unos de los otros, se relacionen con las mismas cosas y de la misma forma. (Alba S, 1995).

¿Quién no ha formado parte de una conversación virtual? ¿Quién no ha visto a dos personas tomando un café pero sumergidos en su teléfono celular? y ¿quién no ha sido ignorado por un otro inmerso en el mundo virtual de su aparato electrónico? Con el desarrollo tecnológico y la inserción de nuevas formas de comunicación; la sociedad se ha convertido en una sociedad débil de palabras, palabras audibles por ese otro como destinatario único y que ya no viene acompañado de lo esencial del ser humano, es decir la mirada, los gestos, toda comunicación no verbal que permite construir al otro y diferenciarlo de los demás.

Actualmente el imperio de la comunicación virtual entendiéndose como: "SMS", "likes", publicaciones, "inbox", etc. Han hecho que las relaciones entre sujetos se vean trastocadas, se ha dado paso a una relación con los objetos, que a su vez han adquirido una característica propiamente humana, es decir se los ha convertido en objeto-hablante que hace de participante dentro del proceso de comunicación (celular, computadora, iPad, Tablet) mas no de un medio dentro del proceso.

En la sociedad actual donde el avance tecnológico nos obliga a estar inmersos en este mundo virtual de las publicaciones y de la comunicación vía medio electrónico, no se da un espacio para la falta, falta entendida como la no presencia física del otro sujeto hablante, ya que el sujeto al que se va a dirigir nuestro mensaje dentro del proceso de comunicación siempre está del otro lado, está en un "like", en una publicación o incluso podemos saber de ese otro a partir de saber su "última conexión".

1.1.1 Mecanismos de formación de neologismos

La necesidad de renovación y progreso de la lengua, además del surgimiento de la necesidad de comunicar nuevas experiencias, promueve la existencia del neologismo, concepto definido anteriormente como una invención, que al adquirir un concepto propio, se integra a la lengua y que permite discernirlo de otro significante o concepto.

La existencia y creación de nuevas unidades léxicas entendidas como neologismos, proporcionan a la lengua una propiedad integrativa a los diferentes contextos y lenguajes actuales.

Arrieta, Meza y Batista en su investigación acerca de la "Clasificación de neologismos usados en el lenguaje académico por docentes universitarios venezolanos" (2009) plantean acerca de lo anteriormente mencionado lo siguiente:

La creatividad lingüística constituye una fuente eficaz y renovadora del léxico, que constata la vitalidad del idioma y propicia la generación y formación de nuevos términos para designar los productos resultantes de los avances científicos y técnicos que proliferan a velocidades vertiginosas en nuestras sociedades. Esta generación terminológica o creación neológica, que se produce de manera incesante y constante, es capaz de penetrar e incorporarse a los lenguajes político, literario, religioso, científico, técnico, académico y hasta artístico pasando a formar parte del léxico que se maneja en estos distintos ámbitos del saber. (Arrieta, Batista, & Meza, 2009).

El neologismo al formar parte importante dentro de la lengua y al ser un concepto primordial dentro de la lingüística, no surge a partir de un solo cambio, el neologismo surge a partir de la mutación de la lengua, del extranjerismo, de la composición de unidades léxicas dentro de un mismo idioma y de un sin número de procesos lingüísticos que dan cuenta de sujetos traspasados por el lenguaje.

Ahora bien, retomando nuevamente la investigación realizada por Arrieta et al. (2009) acerca de la clasificación de los neologismos, se tomarán las elaboraciones de la taxonomía propuesta por Humbley y Bécicri que permitieron a Arrieta y sus colaboradores realizar el trabajo antes mencionado.

Los mecanismos de formación de neologismos según Arrieta et al. (2009) pueden ser de dos tipos: Procesos de matriz interna: se produce en el mismo idioma (por composición). Procesos de matriz externa: el cambio se produce a partir de unidades léxicas provenientes de otro idioma. Veremos en el siguiente esquema:

M A T R I Z I N T E R N A	Procesos morfo- Semánticos	Construcción	Afijación	
			<u>Composición</u>	
	Procesos sintáctico- semánticos	Cambios de función	Conversión	
			Combinación sintáctico- lexical	
	Procesos Morfológicos	Reducción de la forma	Siglación	
			Cambio de sentido	Metáfora
				Metonimia
	MATRIZ	Adaptación		
	EXTERNA	Calcos		

Figura 1 Clasificación de los Neologismos

Fuente: (Arrieta, Batista, & Meza, 2009)

Elaborado por Lorena Peñaherrera en junio 2015.

A partir del cuadro anterior acerca de la clasificación de los neologismos, se puede inferir que el término “phubbing”, motivo de la interrogación en este trabajo en posteriores acápites, hace referencia a un neologismo de composición, ya que es una unidad léxica nueva conformada por dos unidades léxicas que forman parte ya del idioma inglés y que poco a poco en la actualidad está siendo introducida a partir de la existencia de nuevas formas de comunicación y de difusión de la lengua.

No obstante, la DRAE aún no reconoce al término "phubbing" dentro de las palabras oficiales de la lengua española, sin embargo, se observa que existen términos que no han sido reconocidos por esta, pero que son legítimos en su uso. Por ejemplo, palabras como mouse o laptop aún no han sido incluidas dentro de la DRAE, pero el uso dentro de la cotidianidad del lenguaje las vuelve palabras válidas dentro de su significación y que posteriormente muchas de ellas seguramente serán reconocidas por la DRAE.

La DRAE reconoce a los neologismos como palabras o expresiones introducidas en una lengua, por tanto, valida su legitimidad por el uso y participación dentro del vocablo de una lengua establecida sin la necesidad de que la Real Academia la reconozca oficialmente (DRAE, online).

Haciendo referencia al término "phubbing" se puede concluir que es un neologismo por composición ya que está compuesto por dos palabras con significación propia ("phone", "snubbing") y que además poco a poco está siendo incluido en la lengua actual en respuesta a un fenómeno contemporáneo. El término "phubbing" etimológicamente es un acrónimo de las palabras tomadas del idioma inglés "phone" (celular) y "snubbing" (desairar), por lo tanto, la unión de estas dos palabras dentro de la lengua española hará referencia al fenómeno de menospreciar, hacer a un lado o incluso de ignorar a otro por estar inmerso en el mundo virtual propio de la comunicación vía celular o de cualquier otro aparato electrónico como Tablet, iPad, Smartphone, etc.

El *phubbing* no concierne únicamente a ese desarraigo de la comunicación del uno a uno por un aparato electrónico, sino que trasciende esto, es decir llega al punto de trastocar las relaciones en las que los sujetos son la parte fundante, convirtiendo a los sujetos en sujetos inmersos en un mundo virtual de las publicaciones.

Es por eso que se plantea al *phubbing* como un término nuevo introducido a partir del concepto lingüístico neologismo por composición que da cuenta de la formación acrónica de la palabra. Además, se induce al término de esta forma ya que se observa desde fuera del mundo tecnológico, que es una temática nueva que aún no se lo conoce a nivel de concepto, pero que poco a poco está entrando en el vocablo actual de aquellos que no están familiarizados por el

termino *phubbing* pero que de una u otra forma han formado parte de este nuevo fenómeno social.

Como ya se ha venido mencionando, el termino *phubbing* va incluyéndose de a poco, tratando de dar una explicación a la conducta de ignorar al otro y reemplazarlo por un aparato electrónico y que a su vez puede ser ideado como un fenómeno que busca nuevas formas de comunicación.

1.1.2 Neologismos por composición.

La existencia de la necesidad de comunicar nuevas experiencias propicia la invención e inclusión de nuevas unidades léxicas dentro de la lengua. Los neologismos por composición surgen como una fusión de significados que juntos van a hacer referencia a un significante nuevo.

Los neologismos se vuelven objeto de estudio de la sociolingüística y de la oposición entre la neología espontánea y neología planificada (Cardero, 1993; Wijnands, 1990), esta última comprende a los neologismos a partir de un paso de lo morfológico a lo semántico, esto ocurre para dar cuenta de la existencia de una comunidad de hablantes, dicho de otro modo, alude a la vitalidad y preservación de la lengua, lengua dotada de recursos de expresión y comunicación propios y que trascienden (Fuentes, Gerding, Pecchi, Kotz, & Cañete, 2009).

El lenguaje cotidiano y las mutaciones propias de cada época junto con el avance tecnológico y científico van haciendo de la lengua un objeto transformable y moldeable. Como lo vemos en el siguiente cuadro, los neologismos por composición se forman dentro de una misma matriz interna, es decir dentro del mismo idioma.

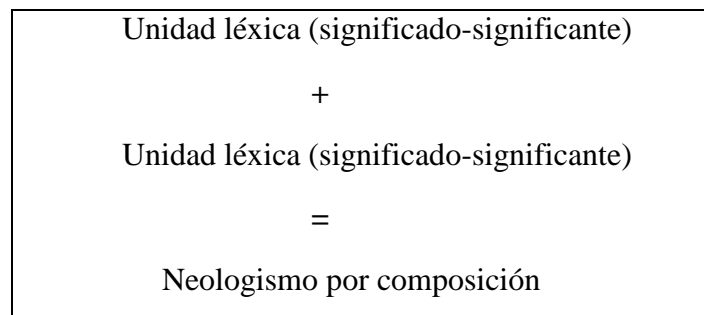


Figura 2 Formación de los neologismos por composición.

Elaborado por Lorena Peñaherrera en Junio 2015.

Por ejemplo, actualmente en el idioma español haciendo referencia al contexto del Ecuador, en los últimos años se incluyó a la lengua el término *bullying*, buscando dar respuesta al fenómeno social que ha existido desde épocas muy precarias de la educación como es el acoso escolar.

En muchas ocasiones se puede confundir al neologismo por composición con un calco, la diferencia entre estas dos unidades léxicas, es su proceso de formación, el primero hace referencia a la unión o composición de dos palabras, mientras que el calco hace referencia a la inserción de una palabra de un idioma extranjero dentro de la lengua utilizada. Los calcos pueden ser neologismos por composición en el origen de su formación, ya que cada unidad léxica que componga esa palabra como totalidad puede que en su individualidad tenga su propio significante y que al unirse con otra unidad léxica conformen otro significante, esto dentro del contexto de la lengua de formación.

Por ejemplo, tomando una palabra del idioma inglés, "Smartphone", está compuesta por dos unidades léxicas que individualmente tienen su significado ("Smart": inteligente y "Phone": teléfono), las dos palabras juntas adquieren otro significado y se caracterizan por ser un neologismo por composición. Al difundirse esta palabra con su significado y significante y ayudado de la mutación de la lengua actualmente forma parte de la cotidianidad de la lengua español, por tanto, la palabra "Smartphone" pasa a ser un calco dentro del español.

1.2 Definición de término phubbing.

El término *phubbing* aparece en Australia, a partir de la observación directa de un joven estudiante Alex Haigh, quien da cuenta y promueve al *phubbing* como una problemática que se forja a la hora de entablar una conversación con otra persona, donde los sujetos ya no son concebidos únicamente como los actores y autores principales del proceso de comunicación, sino que esta comunicación del uno a uno es traspasada por un "elemento distorsionante" que perturba la relación comunicativa entre ambos sujetos, este "elemento distorsionante" al que Haigh hace referencia son los aparatos electrónicos, en su mayoría un teléfono celular (Universia México, 2013).

Se plantea al *phubbing* como un fenómeno, ya que da cuenta de que algo pasa en la situación comunicativa en la actualidad, se observa la frecuencia de esta preferencia de comunicación virtual ante una comunicación del uno a uno traspasada por la mirada del otro, donde el contacto trasciende a lo virtual y está basado en el otro presente.

Estudios realizados en Australia por promotores “antiphubbing” mediante la página stopphubbing.com reportan que el 87% de los adolescentes prefieren comunicarse por mensajes de texto que cara a cara y en promedio dedican de dos a tres horas diarias a actualizar estados en redes sociales. Según otros estudios realizados por este mismo movimiento revelan que existen jóvenes que revisan su móvil cada 15 minutos en busca de notificaciones provenientes de sus redes sociales, sin importar qué actividades estén realizando (comer, estar en clases, cine o, incluso, en la intimidad con su pareja) (Castillo, 2014).

Recientemente, eMarketer, una empresa estadounidense especializada en marketing digital, realizó varios estudios donde reveló que durante el 2013 el tiempo dedicado a los medios digitales superará al dedicado a ver televisión (5 horas frente a 4 horas y 31 minutos, respectivamente), a su vez señaló que de las 5 horas que los adultos pasan en medios digitales, aproximadamente 2 horas y 21 minutos se dedican a actividades en dispositivos móviles, como uso de Internet en smartphones y tablets , más que en computadoras (Castillo, 2014).

Expertos sobre las redes y medios sociales, aseguran la existencia de una afectación a nivel relacional, lo cual da cuenta de la existencia del *phubbing* como un fenómeno moderno. Posteriores estudios en Norteamérica sobre el *phubbing*, también revelan que los restaurantes experimentan 36 casos de *phubbing* en cada cena y que el 97% de las personas asocian su peor comida con haber sido víctimas de *phubbing* (Castillo, 2014).

En Latinoamérica, la Ciudad de México ocupa el noveno lugar con mayor cantidad de “phubbers” (dependientes de tecnologías móviles) en el mundo: 4,450,000; los primeros puestos son para Nueva York (19,750,000), Los Ángeles (15,250,000), Londres (12,875,000), París (10,638,000), Hong Kong (10,097,000), Sídney (9,873,672), Tokio (4,750,000) y Seúl (3,474,281) (Castillo, 2014).

La introducción del término *phubbing* permite entonces, dar respuesta a un fenómeno que ha venido afectado la calidad de las relaciones entre los sujetos, es decir al reconocimiento del otro en la comunicación y que por supuesto, ha llevado a una afectación del proceso de comunicación convencional. Proceso en el cual el emisor y receptor están implicados directamente en la conversación y que al surgir un elemento tercero, en este caso un objeto distorsionante de uno de los sujetos de la comunicación, surge un empobrecimiento a nivel relacional ya que el mensaje como tal pierde su particularidad, es decir, pasa a ser interpretado erróneamente o incluso surgen mensajes difusos propios de la existencia de un sin número de nuevas formas de comunicación a las que el sujeto, en tanto sujeto hablante y parte de una sociedad debe ser traspasado por estos cambios para dar cuenta de su afectación y de su existencia.

Las afectaciones del fenómeno *phubbing* como tal, únicamente no se ven ejemplificadas a nivel relacional de los sujetos de comunicación, sino que también dan cuenta de una falta del otro, falta en tanto ausencia física de otro/*partenaire* a quien se está dirigiendo nuestro mensaje en tanto proceso de comunicación.

Con el paso de los años y el desarrollo de las sociedades en todos sus niveles (cultural, social, tecnológico, científico) la tecnología y la ciencia han dado pasos drásticos dentro de las formas de comunicación, donde el sujeto se ha visto involucrado directamente como el actor principal de este proceso. La influencia de estos cambios han trascendido lo visible, palpable y audible, ya sabíamos previamente que la comunicación falla, pero en la modernidad falla de otras formas y sus efectos son leídos de diferentes formas, esto ha convertido a la comunicación en algo faltante, es decir donde el otro entendido como otro sujeto sujetado al lenguaje, está inmerso en el mundo de las comunicaciones.

Haigh considera que incluso la aparición y continuidad del *phubbing* como un fenómeno causante de un efecto en la población, puede considerarse como el "comienzo de la aislación de los seres humanos" (Universia México, 2013).

Ahora bien, retomando las elaboraciones realizadas en anteriores acápites, se puede entender al término Phubbing como un neologismo por composición, el mismo que es definido

como el acto de ignorar a otro sujeto por prestar mayor atención al celular (Uriega V, 2013, párr.1).

1.2.1 Etimología del termino phubbing.

El termino *phubbing* etimológicamente es un acrónimo de las palabras tomadas del idioma ingles "phone" (celular) y "snubbing" (desairar), por lo tanto la unión de estas dos palabras dentro de la lengua español hará referencia al fenómeno de menospreciar, hacer a un lado o incluso de ignorar a otro por estar inmerso en el mundo virtual propio de la comunicación vía celular o de cualquier otro aparato electrónico como Tablet, iPad, Smartphone, etc.

El *phubbing* no concierne únicamente a ese desarraigo de la comunicación del uno a uno por un aparato electrónico, sino que trasciende esto, es decir llega al punto de trastocar las relaciones en las que los sujetos son la parte fundante, convirtiendo a los sujetos en sujetos inmersos en un mundo virtual de las publicaciones.

Es por eso que se plantea al *phubbing* como un término nuevo introducido a partir del concepto lingüístico neologismo por composición que da cuenta de la formación acrónica de la palabra. Además, se induce al término de esta forma ya que se observa desde fuera del mundo tecnológico, que es una temática nueva que aún no se lo conoce a nivel de concepto, pero que poco a poco está entrando en el vocablo actual de aquellos que no están familiarizados por el termino *phubbing* pero que de una u otra forma han formado parte de este nuevo fenómeno social.

Como ya se ha venido mencionando, el termino *phubbing* va incluyéndose de a poco, tratando de dar una explicación a la conducta de ignorar al otro y reemplazarlo por un aparato electrónico y que a su vez puede ser ideado como un fenómeno que busca nuevas formas de comunicación.

1.3 La situación comunicativa.

El lenguaje como tal ha sido el eje de formación de los sujetos en tanto sujetos hablantes, es por esto que se han realizado un sin número de estudios alrededor del proceso de comunicación, su formación, participantes, modelos, etc.

Dentro de la Pragmática planteada por Escandell (2010), se plantea la existencia de varios componentes materiales dentro de la situación comunicativa, entonces los componentes materiales de la situación comunicativa son:



Figura 3 Esquema de la comunicación tomado de Escandell, 2010.

- Emisor: persona que produce intencionalmente una expresión lingüística en un momento dado (oral o escrito). El emisor es un sujeto real, con sus conocimientos, creencias y actitudes, capaz de establecer toda una red de diferentes relaciones con su entorno.
- Destinatario: persona(s) a la(s) que el emisor dirige su enunciado y con la(s) se intercambia su papel en la comunicación de tipo dialogante (Emisor ↔ destinatario).
- Enunciado: expresión lingüística que produce el emisor (estímulo de la comunicación).
- Entorno: es el soporte físico, el "decorado" en el que se realiza la enunciación (situación espacio-temporal).

(Escandell, 2010, pp. 28-31)

En la actualidad el mundo de sujetos sujetados al lenguaje ha venido desarrollando diferentes formas de comunicación, donde los sujetos únicamente ya no son participantes de este proceso como emisores o receptores, sino que están influenciados por objetos externos que transforman al sujeto y lo vuelven un sujeto inmerso en una comunicación virtual de publicaciones, *likes*, *inbox* y varias formas que bordean la comunicación dentro de las redes sociales.

Jakobson plantea al lenguaje como un objeto de estudio que debe ser investigado en toda la gama de sus funciones. "El lenguaje –escribió- es susceptible de ser tratado como un

“producto” de la cultura: una lengua, usada en una sociedad, refleja la cultura general de la población” (Jakobson, 1988, p.12).

Entonces al ser el lenguaje tratado como “producto” de la cultura, puede verse alterado por las situaciones comunicativas, es decir por la modificación de la lengua e incluso por la aparición de objetos distorsionantes del proceso de comunicación en la que el lenguaje a su vez recibirá una afectación.

Si pensamos en la situación comunicativa se evidencia un sinnúmero de circunstancias no lingüísticas (contexto) que son percibidas por el hablante, es decir todo aquello que rodea al acto de enunciación y que tiene un efecto en el mensaje y en la posibilidad de la comunicación (física o culturalmente) (Escandell, 2010). Los diferentes contextos a los que se hace referencia son:

- Contexto físico: las cosas que están a la vista.
- Contexto empírico: los estados de cosas objetivos que se conocen por quienes hablan.
- Contexto natural: totalidad de contextos empíricos posibles.
- Contexto práctico u ocasional: la particular coyuntura objetiva o subjetiva en que ocurre el discurso.
- Contexto histórico: las circunstancias históricas conocidas por el hablante.
- Contexto cultural: la tradición de una comunidad.

Se puede observar la existencia de varios tipos de contextos en los que el hablante desarrolla la situación comunicativa en la que se ve envuelta, en todos estos contextos el sujeto dirige su enunciado hacia otro, y el contenido enunciante es trastocado por el contexto en el que se encuentran estos hablantes. Porque no pensar entonces al campo de lo virtual y de las TICS como un contexto contemporáneo, con características muy particulares, que tienen otros efectos en la comunicación. Detallaremos algunas de ellas a continuación.

1.3.1 Nuevas formas de comunicación.

A través del tiempo los seres humanos se han visto envueltos en la comunicación basada en redes sociales y demás medios virtuales de comunicación y tecnología, donde las

modificaciones culturales han llevado al surgimiento de nuevas formas de comunicación, que han desligado al sujeto del proceso de comunicación convencional del uno a uno.

“Los seres humanos establecen relaciones con los demás por medio de interacciones que pueden calificarse como procesos sociales” (Rizo, 2012, p.2). Para Rizo la comunicación es el medio fundante de toda relación entre los seres humanos, por tanto, al ser un medio está expuesto a sufrir modificaciones e inferencias, lo que permitirá la aparición de nuevas formas de comunicación en respuesta a fenómenos vistos como efectos de la población en tanto sujetos relacionados entre sí.

Por tanto, al decir que los sujetos están relacionados entre sí, se está haciendo referencia a que toda relación o interacción propia de los sujetos van a referir siempre al proceso de comunicación, esto equivale a decir que los seres humanos basamos nuestras relaciones en la comunicación, lo cual se asocia a la idea sujetos de lenguaje, idea que ha sido abordada a lo largo de la presente investigación.

Hoy por hoy la comunicación se encuentra mediada por los aparatos electrónicos a los que el sujeto ha sido encaminado a partir del desarrollo tecnológico, viéndose en la encrucijada de un mundo virtual. Los sujetos de la sociedad actual no encuentran otra opción ante la virtualidad, ya que las relaciones en general tienen una base en la comunicación vía aparatos electrónicos, por ejemplo hoy en día intentar desligarse en su totalidad de las redes sociales o medios virtuales se vuelve casi imposible, ya que en un sentido de pertenencia a la sociedad actual, los sujetos pueden ser aislados de grupos por el desconocimiento de la información que puede circular en una red social (invitaciones a eventos, cumpleaños, encuentros en general).

La aparente necesidad de volcar la comunicación dentro de una publicación en un estado en una red social; o en esa necesidad de graficar las emociones o sentimientos en un emoticón que muchas veces no hace referencia a la emoción o sentimiento como tal sino, a ese significante que los sujetos han dado de aquella imagen que a su vez está basada en graficas poco reales de los sujetos y que genera una pérdida de esa esencia propia de cada sujeto. La esencia propia de cada sujeto a la que se hace referencia, es esa diferenciación gestual que junto con el lenguaje propio del sujeto hace que la individualidad no se pierda en la interacción con los otros, y más bien sea un rasgo significativo de esa persona.

El filósofo Omar Bello citado por Blanco (2014) a partir del fenómeno *phubbing* dice que:

En este mundo de hoy paradójicamente "desconectado" que nos toca vivir, nosotros no nos tocamos hace muchas décadas, mucho antes de la explosión de las tablets y los smartphones. La tecnología al contrario llegó para ofrecernos una alternativa de comunicación en un mundo difícil. Se trata de una alternativa, seguramente no es la mejor pero es la que hoy tenemos. (Blanco, 2014).

Bello visualiza a la tecnología como promotora de alternativas de comunicación y por tanto como generadora de interacciones que promueven esa virtualidad de los interlocutores.

1.3.2 Interlocutores virtuales.

Dentro de la situación comunicativa y de estas nuevas formas de comunicación, se mantiene todavía la presencia de un interlocutor, no obstante, ya no se concibe a un interlocutor en tanto sujeto físico, sino en tanto un sujeto como interlocutor virtual.

Para empezar, es pertinente conceptualizar a lo virtual a partir de la elaboración de Francesc Nuñez (2008) citado por Rizo como: "la generación tecnológica de un entorno de percepciones y experiencias en el que es posible la interacción, es decir, es posible modificar el entorno en función de los estímulos y las respuestas que se van produciendo" (Rizo, 2012, p.9).

Es así como dentro de lo virtual se crea un mundo palpable, visible, audible en el que el sujeto puede verse inmerso en las interacciones con otros a partir de identificarse y concebirse como un interlocutor virtual.

Las comunidades reales no van a desaparecer ante la cada vez mayor presencia de comunidades virtuales, más bien ambas se alimentan mutuamente. Entonces, las comunidades emanadas de las interacciones en entornos digitales representan una nueva manera de concebir, vivenciar y experimentar las relaciones sociales. Relaciones que sin duda han modificado las ecologías cotidianas de los sujetos. (Rizo, 2012, p.19).

Los interlocutores virtuales entonces, pasarán a ser quienes modificarán el entorno a partir de la recepción de los estímulos del mundo virtual. Pero ¿qué pasa con lo propio de cada sujeto? ¿A partir de qué se producen las interpretaciones del lenguaje? Es aquí donde entra la

problemática del fenómeno *phubbing*, cuando los interlocutores virtuales al estar inmersos en ese entorno de la red virtual, pierden esa capacidad de asombrarse por el sonido directo de la voz o de las expresiones del otro, o cuando simplemente ese interlocutor busca dirigir su mirada hacia otro y ese otro es un interlocutor virtual y por tanto la mirada va a estar traspasada por un aparato electrónico y perderá la esencia propia de la mirada del otro.

Por otro lado la presencia constante de un interlocutor virtual no permite un espacio para la falta, porque al existir un interlocutor virtual, la comunicación va a basarse en interacciones ligadas con la virtualidad propia de lo que ya se ha venido mencionando, es decir de las publicaciones, estados, emoticones, *likes*, etc. Más precisamente, la falta del otro, entendida como la no presencia o ausencia, ya no existe porque el otro entendido como partenaire, está siempre presente las veinticuatro horas, siete días a la semana, como un interlocutor virtual en ese mundo de contenido online. Un ejemplo de esto, sería cuando se observa la negación de la pérdida de un ser querido y en las páginas sociales se sigue escribiendo a los muertos como esperando que respondan. Familiares y amigos desmienten la muerte y continúan publicando mensajes, fotos o memorias de ese ser que ya no está en la realidad efectiva, pero que se intenta mantener con vida. En este caso mencionado, la virtualidad facilita el desconocimiento no sólo de una ausencia, sino de una falta estructural constitutiva de sujeto.

2. CAPÍTULO II: LAZO SOCIAL

2.1. Definición.

El lazo social es universal, se produce en la palabra, es decir en el nivel de lo simbólico, nivel que hace referencia a los tres registros lacanianos (real-simbólico-imaginario). Quienes van generando y formando este lazo social son los sujetos del inconsciente, quienes están sujetos al lenguaje y a su vez traspasados por la cultura, por lo tanto el lazo social no se produce en el sujeto social sino en su inconsciente.

“«El sujeto ex-iste al lenguaje». Está dividido y sometido a la alienación” (Chemama & Vandermersch, 2000, p.653). Este sometimiento a la alienación al que los autores hacen referencia, es al Otro representado en la cultura que media las relaciones de los sujetos atravesados por el lenguaje. Además, no es únicamente un sometimiento a la cultura, sino más bien a todo lo que en ella está comprometido, es decir al lenguaje, a las tradiciones, a las relaciones con los otros sujetos y actores sociales. En la actualidad, una evidencia más de este sometimiento son las redes sociales, donde el ser parte o no de las mismas puede ser leído como una problemática social. Esta afirmación se sostiene en la idea de que cada vez más personas mantienen una identidad paralela en estos espacios, así como también las redes están llenas de parias sociales buscando aceptación y reconocimiento. Basta solamente navegar por un momento y se puede constatar.

Sin embargo, esta relación de sometimiento o rendición a la alienación de la cultura, a nivel relacional se podría pensar como la existencia de un sujeto cuyo deseo le liga a la cultura y cuya voluntad es la de conectarse con los otros. El sujeto se ve en esta paradoja de ser reconocido por el Otro, para dar cuenta de su propia existencia, lógicamente esto se consigue solo a partir del relacionamiento con otros sujetos dentro del lazo social que garantiza el lenguaje.

El lazo social quiere decir que el sujeto no está solo con su ello, su yo y su superyo, que la verdad de la vida psíquica no es el solipsismo, que el sujeto no es autista, que está siempre el campo del Otro, e incluso, que el campo del Otro precede al sujeto, el sujeto nace en el campo del Otro. Pero el lazo social no equivale a la sociedad. (Miller, 2005).

Dentro de la sociedad se observan actores sociales, que no son equivalentes al sujeto del inconsciente. Gutiérrez, a partir de las elaboraciones de Touraine, dice que el actor social es un individuo captado de manera intuitiva, que es un pseudo actor ya que su acción no se inscribe en relaciones sociales sino en sus intereses y expectativas, en relaciones de dominación, etc. (Gutiérrez, 2002). Sin embargo, una lectura de los actos de estos actores, nos permite pensar en la emergencia del sujeto. El hecho social no desconoce al sujeto, no es el campo donde este se construye.

Lógicamente el lazo social no equivale a la sociedad, ya que hay algo más en el encuentro de los actores sociales que sujeta al lazo social. Esto que hace que un sujeto pase de ser un actor social a ser un sujeto del lazo social, es ese deseo de ser reconocido por el Otro, por la mirada, por el lenguaje y por la respuesta que se genera a partir de la interacción social entre estos.

Para Lacan el sujeto, es un sujeto del inconsciente que está representado en el lenguaje por un significante y que va produciendo un efecto ante todos los sujetos. Este sujeto lacaniano es un sujeto social ya que los elementos que lo van constituyendo siempre vienen del Otro, del registro simbólico propio del lenguaje, de la cultura y del inconsciente (Gutiérrez, 2002) y a su vez es un sujeto único y particular, nunca es igual a ninguno "...lo social no es igualitario sino dominal. Esto no quiere decir que no exista lo igualitario, sino que lo igualitario, en el fondo, es asocial, es decir, no permite establecer y estabilizar un lazo" (Miller, 2005).

El lazo social al ser universal, se vuelve dominante, solo garantiza un encuentro de actores sociales, ya que su accionar no se inscribe en relaciones sociales, sino en relaciones de implicancia. Lacan concibe el lazo social como un lazo dominal, que no es igualitario sino que produce alienación de lo colectivo, donde se observa que se sacrifica lo particular de cada sujeto (mirada, expresión) para estar dentro de lo universal que es la cultura. Al producirse esta alienación de lo colectivo, los puntos de encuentro del sujeto del inconsciente se van cayendo; generando únicamente actores sociales dominantes, en el sentido de no existencia de lo particular, por ende, lo social no es igualitario sino dominal, no va a permitir establecer y estabilizar un lazo en tanto es "asocial", sus causas son imaginarias ya que el lazo social es simbólico.

Para Lacan, el lazo social no consiste en el intercambio, la cooperación, la coordinación de unos con otros, la complementariedad, la división del trabajo. No se trata tampoco del don, ni de la distribución justa, que supone un Otro que calcula de manera impecable. (Miller, 2005).

Por lo tanto, el lazo social que conciba a la dominación como formación de lo social, siempre va a estar formado por actores sociales guiados de manera intuitiva a formar relaciones dominiales. El lazo social en tanto sujeto social, siempre va a estar ligado y referido al sujeto del inconsciente que está trastocado por el lenguaje y por lo simbólico que permite y trasciende el reconocimiento del Otro y de los otros.

2.2. Relación del Lazo Social y el neologismo phubbing.

En el acápite anterior se mencionó la existencia de una alienación de lo colectivo dentro del lazo social, donde lo particular se sacrifica por formar parte de la cultura. Vemos que el deseo del sujeto va a estar dirigido constantemente hacia el otro, hacia el reconocimiento que este pueda generar, sin embargo, al ser lo social una relación dominal, donde lo particular de cada sujeto puede irse decidiendo, se van creando espacios imaginarios de reconocimiento donde la mirada, las expresiones faciales, los sonidos propios de cada sujeto se intentan replicar en ese lugar virtual imaginario.

Los puntos de encuentro del sujeto del inconsciente se hacen menos evidentes, más frágiles, dejándolo de lado. Los actores se limitan a una interacción virtual, traspasada por la tecnología y nuevamente el sujeto se convierte en un actor social rodeado de relaciones de dominación, donde las redes sociales y todo lo comprendido dentro de la virtualidad crean un efecto de generalización de los sujetos.

En la actualidad, se observa que, dentro de la creación de perfiles en las redes sociales, se trata de que la particularidad del sujeto se preserve; pero cómo se puede asegurar este hecho, si los sujetos virtuales cada vez son más y comparten entre sí gustos similares, una vez más este lazo dominal o lazo social se convierte en dominante, en tanto no existe algo particular sino algo igualitario.

Ese intento por originalidad es engañoso, es una moda de la época. Ejemplos: el tratar de configurar el perfil de una red social, a partir de la colocación de fondos de distintas formas y colores, se trata de preservar esa particularidad a la que se hizo referencia con anterioridad, sin embargo al ser las redes sociales un medio universal esa particularidad se pierde en el instante en el que otro sujeto virtual utiliza un fondo con similares características para tratar de imponer un sello particular en su perfil, es aquí donde se observa la universalidad y dominancia del lazo social.

“Mediante estos dispositivos disciplinarios, el poder ha logrado controlar la libertad de los sujetos, atemperar sus deseos, domesticar sus cuerpos” (Gutiérrez, 2002, p.36). Al reducir al sujeto a un interlocutor virtual, se está dejando de lado lo más real y humanizante del ser humano; es decir la palabra, esa palabra que transgrede lo palpable, penetra hasta el sentido, se revela en la mirada del otro y posibilita el lazo social.

Como ya se ha mencionado anteriormente, el lenguaje es lo que hace particularmente social nuestra condición humana, los discursos propios del lenguaje crean lazos entre los sujetos y establece lo social como dominio de intercambio simbólico (Gutiérrez, 2002). Ampliar es un pasaje de un acto solitario de reconocimiento a un intento imaginario de pertenencia.

Para Touraine la conciencia del sujeto es transparente, ya que implica una constante vigilancia sobre sí mismo, este constante trabajo de individuación, de retomar siempre lo particular de cada sujeto, se ve constantemente en el fenómeno proveniente de las redes sociales, es decir en esta repetida manía de publicar todo aquello que se está realizando, manía que está dirigida a los otros (ubicación, estado emocional, estado sentimental, pareja actual, estado laboral, etc.).

Por ejemplo, la aplicación de Facebook proporciona a sus usuarios la opción de retomar o revivir hechos pasados a partir de una publicación en la actualidad, lo que obliga al sujeto a recordar y no olvidar aquel hecho que no estaba en la conciencia hasta observar aquella publicación pasada, es decir es una forma de obligar a la memoria a recordar lo desechado. Los sujetos como interlocutores virtuales van sepultando esa particularidad del sujeto del inconsciente, ya que se ven guiados por lo que la virtualidad produce en ellos y en los otros, mas no en esas respuestas o manifestaciones de su esencia, que en este caso sería el inconsciente.

La voluntad del sujeto va a estar encaminada en ser reconocido por el Otro y su deseo también, esto a su vez se observa en la necesidad incesante de saber del otro (partenaire) o que el otro sepa de nosotros, necesidad propia de los sujetos traspasados por la virtualidad, es decir por las redes sociales.

Las redes sociales no son un representante de lazo social ni del lenguaje, ya que dentro de las redes sociales se va perdiendo la particularidad de cada interlocutor y se vuelve un lazo dominal en tanto se forman interlocutores o individuos con características similares.

George Orwell en su obra "1984" plantea una sociedad deshumanizada, donde el régimen social totalitario ("Gran Hermano") domina a los sujetos de sociedad y los convierte en agentes sin voz ni voto, que permiten que ese Otro trascienda sus ideas y los convierta en actores sociales comunes sin una causa y fin. Estos sujetos dominados a los que Orwell hace referencia son constantemente vigilados y limitados a no-ser. Este planteamiento de la novela de Orwell se liga a la investigación actual, al visualizar a los sujetos descritos en la trama como actores sociales, que son dominados por ese Gran Hermano (Otro) que vigila, controla, domina y trasciende al individuo y lo convierte en un actor social aislado de su particularidad (Orwell, 1980).

Las redes sociales han experimentado una mutación a lo largo de los años y de las demandas de sus usuarios, la aparición y auge de estas, ha generado un sinnúmero de cambios y la aparición de fenómenos y comportamientos que se han venido mencionado a lo largo de la investigación. Tenemos este fenómeno denominado "Ghosting" que denota una presencia-ausencia de un otro, "El término define al que "desaparece" como un fantasma de la vida del ex, borrándolo de todas sus redes sociales" (Ajmat, 2015), en este caso el "ghosting" gira alrededor de las relaciones interpersonales específicamente de las de pareja, donde el otro sujeto decide terminar la relación desapareciendo del perfil social de esa otra persona, es decir decide no-existir.

La concepción de un sujeto como un fantasma tal como lo convierte el fenómeno del *ghosting* da cuenta de que existe algo que está faltando en la comunicación y en la forma de relación entre los sujetos, esos sujetos hablantes que a su vez en este tipo de fenómenos se encuentran faltos del lenguaje que penetra los sentidos y hace razón al ser. Este fenómeno no solo invita a una reflexión social, sino también da cuenta de que los sujetos cada vez se muestran

más traspasados por la virtualidad. Esta presencia-ausencia a la que este fenómeno hace referencia se relaciona con la presente investigación y se desarrollará posteriormente.

3. CAPÍTULO III: NOCIÓN DE FALTA DEL OTRO.

3.1 El sujeto hablante.

Al hablar de sujeto dentro del psicoanálisis se lo entiende como sujeto del inconsciente, a su vez se concibe a un sujeto del deseo del Otro que se produce tras la inmersión de este sujeto en el lenguaje. Es así, como no se puede entender al sujeto sin pasar por el lenguaje. "El lenguaje funciona con una batería de significantes aptos para combinarse o sustituirse y para producir así efectos de significación" (Chemama & Vandermersch, 2000, p.653). Por lo tanto, al estar sujetado y trastocado por los significantes que conforman el lenguaje como tal, se produce un sujeto hablante.

Lacan define al sujeto como aquello que: "«es lo que un significante representa para otro significante»" (Chemama & Vandermersch, 2000, p.653). Los significantes son elementos del discurso, entendidos como representaciones frente a otro significante, el significante representa al sujeto ante los otros significantes (Evans, 1997, p.177). Los significantes se van a producir en el lenguaje; intervienen en la comunicación, es decir en la relación con los otros, estos otros que van a percibir, interpretar y producir a su vez mas significantes.

El sujeto hablante es único y real, dueño de su discurso, de las implicaturas que puede producir la enunciación de los significantes del hablante y de la intención que hace sentido al oyente. Se hace referencia al término implicatura

...una información que el emisor de un mensaje trata de hacer manifiesta a su interlocutor sin expresarla explícitamente. Así pues, la implicatura es un tipo de implicación pragmática, en oposición a las implicaciones lógicas o semánticas, como puede ser la presuposición. (Centro Virtual Cervantes, 1997-2015).

Por tanto, aquel contenido implícito, será denominado como una implicatura; ya que cambia la intención del sujeto hablante y genera una diferenciación discursiva, dando lugar a los "malos entendidos" dentro de la comunicación a partir de la relación con los otros. Es así como la implicatura es algo de lo que se muestra imposible en lo virtual por el constante intercambio de premisas, significaciones, intenciones, contextos, experiencias y significantes que forman parte del lenguaje virtual de las redes sociales (likes, publicaciones, emoticones, etc.).

Sin embargo, lo que se va produciendo en el acto de hablar, va generando de manera inconsciente y automática una serie de expectativas que van a dirigir al oyente hacia el significado del hablante, es decir ese deseo del sujeto que siempre es un deseo inconsciente del otro, genera expectativas en el receptor y lo lleva a interpretar el significado del sujeto hablante.

El sentido de la emisión es el significado del hablante; dicho de otra manera, es lo que se quiere decir y hacia donde se va a dirigir el deseo del sujeto hablante. A su vez el sentido de la emisión es aquello que el hablante quiere producir y hacer noción al oyente.

En palabras de Grice (1969): "para el sujeto hablante, el éxito comunicacional consistirá en comunicar bien sus intenciones" (García, Libenson, & Montero, 2013, p.4). Es así como el éxito comunicacional al que Grice hace referencia, consistirá en que el mensaje que emite el sujeto hablante sea percibido e interpretado por el oyente con el sentido exacto con el que se lo formuló, y es aquí donde se producen los conflictos relacionales, ya que no siempre el sentido de la enunciación del hablante va a ser transmitida en su sentido correcto, porque va a depender de las circunstancias que hacen posibles las intenciones apropiadas.

Se concibe al sujeto hablante como único, por tanto, esa unicidad lo hace diferente de los otros hablantes, la particularidad propia del sentido y de sus intenciones lingüísticas hace que lo que se quiere decir siempre tenga "algo más", es decir un contenido implícito que el oyente infiere a partir de su propia experiencia, como resultado de esto se producen las implicaturas.

"...el sujeto comunica un sentido a través de su enunciado" (García, Libenson, & Montero, 2013, p.15). Las intenciones del sujeto hablante pueden ser variadas; el hablante puede enunciar que tiene la intención de hacer algo, de sentir algo mediante la emisión de un mensaje, pero esta emisión es más bien una asunción ante la responsabilidad de tener esa intención (García, Libenson, & Montero, 2013). Por ejemplo, los sujetos a lo largo de la vida realizan promesas o se comprometen, en el acto de hablar y de emitir este tipo de mensajes, se generan un sin número de intenciones que, tanto para el oyente como para el sujeto hablante, van a hacer sentido a partir de sus propias implicaturas, "te prometo que voy a acabar el trabajo, pero no sé si lo logre entregar a tiempo". El hablante tiene la intención de hacer algo, pero las circunstancias harán posibles las intenciones apropiadas.

Grice (1969) dice que: "...la intencionalidad del hablante no se ve necesariamente reflejada en la forma lingüística de la oración e incluso puede manifestarse por medios no lingüísticos" (García, Libenson, & Montero, 2013, p.11). Los medios no lingüísticos a los que el autor hace referencia son esos elementos que se van produciendo en la comunicación uno a uno, donde las manifestaciones de estos elementos facilitan la comunicación y a su vez generan contenido lleno de sentidos, como, por ejemplo: el contexto, las condiciones del interlocutor, experiencia previa, lenguaje no verbal, etc.

"El sujeto no tiene ser, ex-siste al lenguaje: sólo está representado allí gracias a la intervención de un significante..." (Chemama & Vandermersch, 2000, p.653). Por tanto, al existir el sujeto al lenguaje se produce una representación polifónica de la enunciación; es decir existe una multiplicidad de sentidos, de puntos de vista, del interlocutor donde se reconoce una pluralidad de personajes discursivos.

La representación polifónica de la enunciación, permite entender al enunciado como una producción con multiplicidad de sentidos y por tanto la intención del sujeto hablante que lo produce, puede ser releído de distintas formas. Esta multiplicidad de sentidos del enunciado se liga con la intención del sujeto hablante, ya que en la comunicación como se ha venido mencionando, los significantes van y vienen, como diría Lacan los significantes se llenan y se vacían a partir de los efectos de significación que se van articulando a esta cadena de significantes que conforman el lenguaje como tal.

Antes de la enunciación, la lengua no es más que la posibilidad de la lengua. Después de la enunciación, la lengua se efectúa en una instancia de discurso, que emana de un locutor, forma sonora que espera un auditor y que suscita otra enunciación a cambio. (Benveniste, 1999, p.84).

El sujeto hablante en un momento pasará a ser oyente y viceversa, pero lo que diferencia a un sujeto de otro es esa asunción del rol de sujeto hablante que permite producir a su vez significantes llenos de sentidos que hacen alusión al oyente y evidencian la intención del sujeto hablante.

...la enunciación puede definirse, en relación con la lengua, como un proceso de apropiación. El locutor se apropia el aparato formal de la lengua y enuncia su posición

de locutor mediante indicios específicos, por una parte, y por medio de procedimientos accesorios, por otra.

Pero inmediatamente, en cuanto se declara locutor y asume la lengua, implanta al otro delante de él, cualquiera que sea el grado de presencia que atribuya a este otro. Toda enunciación es, explícita o implícita, una alocución, postula un alocutorio. (Benveniste, 1999, pp.84-85).

Para Ducrot, el enunciado es lo que se puede observar cuando se escucha hablar a los sujetos, es decir el enunciado es producido para ser interpretado por los sujetos que en su momento hacen de oyentes o de enunciatarios y que posteriormente en la dinámica propia del acto de hablar pasará a ser el enunciador o sujeto hablante (Pereira, 2004). Es así como la enunciación se convierte en la esencia del lenguaje y como aquello que se puede observar cuando se escucha hablar, por tanto, da cuenta de una necesidad única de la producción de enunciados y significantes que lleguen directamente al otro.

Lacan dice que: "El sujeto está eximido de sostener su discurso con un yo digo" (Lacan, 1968-1969, p.19). Los enunciados deben ser emitidos a partir de un sujeto hablante, en lo real del sentido; es decir en una comunicación directa, que no tenga que viajar por el mundo virtual para poder llegar al otro y que a su vez pueda ser interpretado por los otros y sus intenciones. La enunciación de un mensaje propio de un sujeto hablante dentro de la comunicación traspasada por la mirada y por el sentido del otro, enriquece las relaciones de los sujetos y presta sentido al lenguaje a partir de esos actos propios y únicos generados por los sujetos hablantes.

El avance de esta virtualidad anteriormente mencionada donde los interlocutores van construyendo un mundo virtual, proporciona a su vez una multiplicidad de formas de comunicación. Las redes sociales proveen a sus usuarios varias formas de emitir un mensaje: emoticones, *likes*, notas de voz, capturas de pantalla, actualizaciones de estado. Todas estas formas de mensajes contienen una intención consciente, del sujeto hablante que las produce, y por tanto la interpretación y el sentido que el oyente perciba va a depender de la circunstancia en la que estos enunciados en forma de mensajes virtuales llegan al oyente.

3.2 El otro, partenaire.

Dentro de la teoría psicoanalítica se plantean dos conceptos contrapuestos y complementarios a la vez: otro y Otro. El pequeño otro es aquello no representable, que aparece como falta en ser, imposible y posible únicamente en el registro de lo imaginario. En palabras de Evans: “El pequeño otro es el otro que no es realmente otro, sino un reflejo y proyección del yo. Es simultáneamente el SEMEJANTE y la IMAGEN ESPECULAR. De modo que el pequeño otro está totalmente inscrito en el orden imaginario”. (Evans, 1997, p.143).

El pequeño otro al estar inscrito en lo imaginario, se convierte en no simbolizable y por tanto en una imposibilidad. El otro es el YO, un semblante del otro, es así como el ser se inscribe del lado del semblante, del parecer, de la apariencia.

Por lo que se refiere al Otro, el “A”, Gran Otro o el primer significante dentro de la cadena de significantes (S1), es el referente primordial de lo simbólico, es decir del lenguaje, de la ley y da cuenta de un sujeto barrado o tachado ($\$$). El Gran Otro es lo propio del sujeto, en tanto es entendido como un lugar, como lo simbólico que constituye la palabra (Evans, 1997, p.143).

“El gran Otro designa la alteridad radical, la otredad que trasciende la otredad ilusoria de lo imaginario, porque no puede asimilarse mediante la identificación” (Evans, 1997, p.143). El Otro trasciende lo imaginario, ya que se encuentra inscrito en el registro simbólico, donde se puede representar los significantes y formar el lugar de la emergencia del sujeto.

Lacan en el seminario 16 “De un Otro al otro” define al Otro como: “...el lugar donde el discurso del sujeto adquiriría consistencia, y donde se coloca para ofrecerse a ser o no refutado” (Lacan, 1968-1969, p.23). Este lugar en el que Lacan ubica al Otro, es el lugar de la verdad del discurso, donde lo simbólico del lenguaje arroja noción de sujeto hablante y no admite no-ser, es decir donde lo simbólico como Ley ejerce su lugar e instaura la falta (la nada).

El Otro se instaura en la palabra, en los significantes que emite el sujeto hablante y es entre lo dicho y lo no-dicho donde se evidencia un vacío que a su vez, denota la imposibilidad propia de la relación, “...ese vacío es el lugar del Otro, donde se inscriben los efectos de la palabra” (Moreno & Valladares, 20014). El sujeto hablante está inscrito en la falta, que es una

falta en ser, la cual ocurre a través del lenguaje. La estructura de lenguaje pre-existe al sujeto y esto determina la posición de ese sujeto en el discurso.

Es así como, el "a", o el pequeño otro se convierte en eso imposible de simbolizar. Es ese intento de imposibilidad de relación donde se idea al otro-partenaire, como aquel que pone en circulación nuevos significantes. La palabra partenaire viene del idioma francés que hace referencia a la "persona con la cual alguien se alía contra otros..." (Robert, 2009, p.1814), estos otros tienen características similares entre sí. Por ejemplo: socios de una empresa, jugadores de un equipo, socios comerciales, etc.

El otro partenaire comprendido como un interlocutor, se produce en la relación con los otros, en tanto el otro es un sujeto hablante que transmite y está formado por significantes, por lenguaje que trasciende al otro. El partenaire es entonces, ese otro comprendido como un compañero. Desde el punto de vista relacional, el partenaire es aquello que se busca en el otro sin saberlo, eso que nos corresponde y nos acompaña; desde el punto de vista del goce, es eso que nos sobrepasa y nos excede en tanto se convierte en lo imposible ya que siempre va a faltar algo.

En cuanto al partenaire entendido en la lógica del síntoma viene dado a partir de un intento fallido de alcanzar la completud, de buscar en el otro aquello que me corresponde y me completa, en este aspecto el otro como partenaire-síntoma vendría a anudar al sujeto en lo real, en lo real en tanto corporeidad, ya que causará malestar e insertará al otro en un proceso sintomático (partenaire síntoma) (Miller, 2005).

Los intentos de relación del sujeto siempre son fallidos, ya que la relación se encuentra en el orden de lo imposible, se vuelve una imposibilidad de relación del partenaire, ya que el otro siempre va a ser un sujeto barrado y traspasado por la falta, falta que posibilita observar al otro como un partenaire, como un compañero, como un interlocutor, como un par.

El sujeto se sitúa en la lógica del no-todo (falta), al ser los otros únicamente semblantes, dan cuenta de esta imposibilidad de relación (no-relación) y es aquí donde ingresa el partenaire, en esa necesidad de correspondencia, de un sujeto hablante otro que sea parte de esta relación fallida. "No es desde ese único discurso, sino del lugar donde dan vueltas otros (otros discursos)

aquel que yo designo de la apariencia [semblant], que un decir toma su sentido (Lacan, 1972, p.13).

Es entonces en este encuentro con los otros, donde se posibilita esta relación que desde un inicio es fallida, pero en el encuentro con el otro partenaire, al ser un semblante y al estar en el registro imaginario, se remite a una no-relación que posibilita la enunciación, a partir del discurso de los sujetos hablantes; es decir, existe una no-relación entre un sujeto hablante y el otro partenaire en tanto son únicamente el uno del otro.

“Ese decir no es libre, pero se produce haciendo de relevo [relayer] de otros que provienen de otros discursos” (Lacan, 1972, p.18). El decir al que Lacan hace referencia, traduce el contenido inconsciente a otra verdad a partir del análisis donde el *rapport* es entendido como una relación que está en lo real, por lo tanto, imposible. Así pues, en tanto los sujetos son instaurados en el lenguaje hacen enunciado de esa relación (*rapport*), es decir los sujetos como interlocutores en el encuentro con los otros, en el proceso de comunicación, pierden en el intento de hacer valer la relación, ya que la relación está en el orden de lo imposible.

Esto supone que de relación [*rapport*] (de relación “en general”), no hay sino enunciado, y que lo real no se asegura sino confirmándose desde el límite que se demuestra por las sucesiones lógicas del enunciado. (Lacan, 1972, p.18).

El *rapport* fracasa en tanto la relación está en lo real, es entonces como en lo real fracasa la apariencia (semblante) porque se realiza la relación (*rapport*) de la que la apariencia hace el suplemento, es decir hace el intento de parecer algo que en la relación ya se encuentra fallido (Lacan, 1972, p.25).

3.3 Pérdida del imaginario del cuerpo del otro.

Es así entonces, como la noción de cuerpo dentro del psicoanálisis se relaciona con un cuerpo erogenizado que apunta al real; cuerpo que sobrepasa la biología, lo imaginario e incluso lo simbólico. Este cuerpo que está atravesado por el deseo del Otro, que inscribe al sujeto dentro de la estructura de lenguaje y que a su vez lo inscribe en la lógica de sujeto hablante y en falta. El cuerpo, es entonces un cuerpo fantasmático que pierde y al que se le escapa un resto, el deseo.

El cuerpo se nos impone cotidianamente, ya que en él y por él sentimos, deseamos, obramos, gozamos y nos expresamos. Desde lo cotidiano se lo entiende como “sustancia” (parte material de un ser), como “volumen”, “colección” (cuerpo jurídico), como “organismo” (cuerpo médico), como “representación mental” o “esquema corporal” (desde la psicología). (Unzueta & Lora, 2002, p.7).

El sujeto desde los primeros años de vida empieza a reconocerse como sujeto en ser, a partir de las identificaciones provenientes de los Otros y otros del medio que le rodea y proporciona de significantes al sujeto. Por medio de la identificación en el estadio del espejo, el infante en primera instancia puede diferenciarse de la simbiosis con el primer representante del gran Otro, es decir reconoce su propio cuerpo separado del cuerpo materno, este proceso se lo realiza a partir del semblante o imagen especular que se produce en el espejo, en la apariencia de ser (“yo es otro”). El sujeto se identifica en el otro porque su Yo se constituyó a partir de la “nueva acción psíquica” consistente en la identificación a la imagen unificada que aporta el semejante... (Eidelsztein, 1992, pp.36-37).

La imagen unificada, de totalidad y simbiótica de un solo cuerpo con el materno, es la primera instancia de formación psíquica del sujeto, que permite imaginar una totalidad que posteriormente a partir de la entrada del semblante posibilita esa visión de cuerpo, cuerpo en tanto fragmentado por la imposibilidad de coexistencia con el otro.

[...] que el sujeto se identifica en su sentimiento de Sí con la imagen del otro, y la imagen del otro viene a cautivar en él este sentimiento” y: “En el otro se identifica el sujeto, y hasta se experimenta en primer término... (Eidelsztein, 1992, p.36).

Desde un inicio el infante en el estadio del espejo, percibe a ese cuerpo como una totalidad y al cuerpo como dividido y fragmentado, unicidad ilusoria con el cuerpo del Otro, a partir de la inserción del significante “Yo es otro”, el sujeto da cuenta de un sujeto en falta, de un cuerpo fragmentado, es decir en palabras de Evans:

...el cuerpo fragmentado no designa sólo a las imágenes del cuerpo físico, sino también cualquier sensación de fragmentación y de falta de unidad: “Él [el sujeto] es originalmente una colección incipiente de deseos- allí tienen el verdadero sentido de la expresión cuerpo fragmentado. (Evans, 1997, p.60).

El cuerpo dentro del psicoanálisis también es definido desde los tres registros: lo real, lo simbólico, lo imaginario. Es así como para Unzueta y Lora (2002) en el "Estatuto del cuerpo en psicoanálisis", tenemos:

Lo Real del cuerpo, es lo que se le escapa a la biología, a lo imaginario y a lo simbólico, es decir esto que no se puede decir del cuerpo en tanto organismo. Cuando un ser viviente viene al mundo es un organismo, pero no un cuerpo, el cuerpo se construye en la relación con el Otro del significante: Antes de nacer este organismo debe estar inscrito en el deseo de ese Otro, de las expectativas dentro del discurso que los otros parentales tienen sobre el sujeto. En consecuencia, pierde esta condición de real en tanto corporeidad y pasa a constituirse como sujeto. Al mismo tiempo la madre que encarna al Otro primordial irá erogeneizando este organismo a partir de determinados significantes (caricias, miradas, olores, voces, etc.) que irán marcando el cuerpo del sujeto (Unzueta & Lora, 2002).

Desde el registro de lo Simbólico, el cuerpo es como un investimento, primer objeto que se catectiza, es decir que se carga libidinalmente. Lo que viste son deseos, necesidades, exigencias, apetencias, placeres, goces. Es un cuerpo vacío (falta en ser), que se prestará como superficie de inscripción a recibir la marca significativa y en el que se irán privilegiando ciertas zonas erógenas y circuitos pulsionales (Unzueta & Lora, 2002).

Desde el registro de lo Imaginario, el cuerpo es la vivencia de una imagen unitaria, una totalidad, que brinda unidad al organismo fragmentado con el que el sujeto nace. El organismo fragmentado encuentra su unidad en la imagen (imagen especular dentro del estadio del espejo); la cual, en su papel estructurante, organiza el cuerpo ubicándolo como cuerpo humano: como forma total, límite, contorno, que va a ser habitado, investido, vestido, recubierto por la libido y erogenizado (Unzueta & Lora, 2002).

Lo imaginario son las imágenes, representaciones que se fundamentan en la relación con el otro, en lo que ese otro me devuelve ("Yo es otro"), es así como el otro entendido como partenaire vendría a reafirmar y definir al sujeto "Lo imaginario debe entenderse a partir de la imagen. Es el registro de la impostura [leurre: señuelo/ impostura], de la identificación.

El sujeto se identifica con el otro a partir de la especularidad. De los significantes del otro, el sujeto va a construirse y experimentarse como un sujeto hablante, rico en significantes y enunciaciones. Esta ilusión de inscripción o de posibilidad de coexistencia con el otro, se produce en el registro de lo imaginario, es decir en el registro de lo ilusorio del yo, donde se va a producir una relación biunívoca, entendida como una relación de correspondencia con el otro (Eidelsztein, 1992).

Entonces, el cuerpo del sujeto será un cuerpo fragmentado en tanto desplazado de esa totalidad, en tanto no puede coexistir con el otro, esta búsqueda de unicidad, de totalidad e incluso de completud, dará cuenta del sujeto barrado del psicoanálisis y de esa imposibilidad de relación a la que anteriormente se hizo referencia (relación= no-relación).

...el sujeto no sabría instituirse más que como una relación de falta al a que es del Otro, al querer situarse en el Otro, al no haberlo, más que amputado de este objeto a. (Lacan, 1966-1967, p. 101).

Para algunos sujetos el uso de las redes sociales y de la conexión con la virtualidad a partir del uso indiscriminado del internet, se muestran como una forma de "sentirse vivos", esa sensación que se percibe en una realidad paralela en la que los vínculos se forman a partir de una publicación, de un like e incluso de la creación de perfiles falsos con imágenes alteradas e impersonales, donde el sujeto que muestro y que quiero mostrar se aleja a la imagen de mi cuerpo subjetivo, de ese cuerpo cargado de deseos de que los otros dentro del mundo virtual me reconozcan.

Auxi Scarano, Psicóloga Clínica y Psicoanalista Venezolana, en su conferencia dictada el 15 de septiembre de 2015 en la PUCE, titulada: Redes sociales digitales: Nuevos vínculos- Nuevas realidades. Comenta que en la actualidad los sujetos somos quienes preferimos estar vinculados al dispositivo que a las personas, y dice que andamos "en-red-a-dos" (Scarano, 2015), es decir que los sujetos traspasados por la virtualidad andamos sin poder dar cuenta de esta falta de vinculación personal, de la caída de la imagen del otro ante una virtualidad que emana publicaciones, clics, likes, que emana imposibilidades a partir de la inmediatez y de la falta de límites a partir del fácil encuentro con los semejantes virtuales.

Esta pérdida del imaginario del cuerpo del otro, hace que las interacciones dentro de la virtualidad sean cada vez más necesarias, ya que el vincularse con el que está lejos, para no vincularse con los que están cerca se facilita a partir de la aparición de un sin número de aplicaciones que permiten que todo sea accesible, es decir que la noción de distancia se visualiza de una forma en la que la distancia de la virtualidad se acorta y se limita a las interacciones en el internet, interacciones rápidas e inmediatas donde las distancias cada vez son más cortas y desligadas de la lejanía y más cerca a la inmediatez. Se cae el encuentro con el otro, en tanto se pierde la relación, entendida como relación física donde entran en juego elementos esenciales de la comunicación cotidiana, tales como la mirada, el tacto, el olor, el sonido de la voz e incluso del sonido y la interpretación del silencio de ese otro que a partir de la virtualidad se encuentra del otro lado del dispositivo y a la corta distancia de un clic.

“Es en el otro que somos” (Scarano, 2015) o en palabras de Lacan “Yo es otro” (Lacan, 1968-1969), el sujeto necesita sentirse reconocido por el otro y a partir de esto afirmar el sí mismo y su pertenencia al mundo. En el caso de las redes sociales, el sujeto virtual necesita afirmar el uso de las mismas y necesita transgredir en el mundo del otro, es decir necesita meterse poco a poco en este mundo de ese otro de la virtualidad, de las relaciones, de las publicaciones y a su vez ese otro que me reconoce y al que yo reconozco como sujeto perteneciente a una comunidad virtual donde lo que se muestra o lo que se quiere mostrar puede o no ser la realidad. En el perfil social del otro, mediante una publicación o un simple “me gusta” que se relee como un “te reconozco”, existes en tanto estás reconocido por el otro de la virtualidad. Los sujetos de la virtualidad, dan cuenta de un yo que no está suficientemente integrado, donde siempre falta algo, donde ninguna forma de reconocimiento es suficiente, donde el sujeto únicamente ya no va a requerir el contacto personal en tanto contacto físico y perceptible y se muestra como un sujeto que necesita consolidar la identidad a través de lo grupal que promueve el uso del internet.

Dentro de las redes sociales el sujeto constantemente puede visualizar algo de ese otro, con o sin autorización. Una vez que ingresa a la red, “ya es de todos”, ya que se muestra como un “otro dispuesto”, dispuesto a informar a los demás acerca de su estilo de vida, de los otros que la conforman, es decir como una especie de escenario (perfil social) donde esos límites de pertenencia y de identidad quedan diluidos y encuadrados en una imagen de una red social. Los

perfiles privados dentro de las redes sociales, se vuelven penetrables en cuestión de segundos por aquellos otros que han desarrollado una habilidad extra (hackers).

Al publicar una imagen dentro del mundo virtual, el sujeto está dando una posibilidad a que esos otros de la virtualidad utilicen esa imagen a su conveniencia. Por ejemplo, a lo largo de los años se ha venido escuchando de sujetos pedófilos o pederastas que manipulan las imágenes de menores de edad y se apropian de ellas para sus propios fines. Existen secuestros, abusos, violaciones, a partir de esa necesidad de invadir el mundo virtual del otro, de consumir al otro, hay algo que falla en esta relación del todo o nada y eso se da cuenta en la falta de límites de la virtualidad, donde se observa como los límites se han franqueado, la transgresión ya no parecería tal y se muestra como libre acceso al mundo del otro.

La inmediatez que se muestra como característica sobresaliente del internet, da cuenta de una falta de Ley que recorta, que desenreda, ya que hay algo de la producción y la emergencia del sujeto, que falla. Las conversaciones e interacciones de uno a uno, cada vez son más cortas y basadas en la limitación de la virtualidad. Incluso en términos psicoanalíticos se observa como es necesaria esa barrera que divide y limita a los sujetos, es la barra entre el significante y el significado que da cuenta de un lugar, una estructura y una posición para el sujeto hablante.

3.4 Relación de la falta del otro con el neologismo denominado phubbing a través del análisis de casos.

Para el presente acápite, voy a presentar la información recopilada a partir de la investigación realizada desde Abril 2015 hasta Junio del mismo año, investigación elaborada en conjunto con estudiantes de la Facultad de Psicología de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, quienes evidenciaron disposición para trabajar en el presente tema, ya que el mismo no es una lectura propia únicamente, sino que da cuenta de la existencia de sujetos que basan sus relaciones personales a partir de la virtualidad.

Además de presentar los resultados obtenidos en el trabajo investigativo del tema, se realizará un análisis de la información y la hipótesis planteada, es decir como el *phubbing* entendido como el acto de ignorar a las personas por revisar el celular, es una conducta que da cuenta de la reducción del hablante a interlocutor virtual, situación que entorpece la emergencia de un lugar para la falta del otro.

3.4.1 Características de la población

Los sujetos que formaron parte de la primera parte de la investigación, es decir de las encuestas, fueron cuarenta estudiantes (diez por cada grupo de edad) entre 18 y 21 años de la Facultad de Psicología de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador que estuvieron cursando el Segundo semestre académico 2014-2015, los estudiantes fueron seleccionados aleatoriamente a partir de constatar al grupo de edad al que pertenece.

Para la parte de las entrevistas semiestructuradas a los estudiantes seleccionados a partir de tres parámetros: etario, sexo y que deseen ser parte de la investigación, se procedió a la preselección de una muestra de 4 estudiantes, quienes a su vez fueron encuestados y conjuntamente a esto, evidenciaron un interés peculiar dentro de la investigación, ya que mencionaron formar parte del grupo de personas que pasan mucho tiempo utilizando un dispositivo electrónico o que les llamaba la atención este tipo de conductas observadas en los otros.

3.4.2 Instrumentos

Para cumplir los objetivos de esta investigación se utilizaron los siguientes instrumentos:

1. Encuesta: aplicada a cuarenta estudiantes. Esta estuvo compuesta de diez ítems, los mismos que fueron elaborados pensando en preguntas base y preguntas de control como: ¿Conoce el significado de "Phubbing"? ¿Revisa su celular en un período aproximado de 15 minutos? ¿Se le facilita tener una conversación vía celular que una conversación en persona? En algunos casos dentro de la entrevista, los datos variaron, por lo tanto, se agregaron otras preguntas para poder continuar con la entrevista y obtener mejores resultados

2. Entrevista semiestructurada: se la realizó a cuarenta estudiantes (diez por cada grupo de edad) entre 18 y 21 años de la Facultad de Psicología de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador que estuvieron cursando el Segundo semestre 2014-2015, los estudiantes fueron seleccionados aleatoriamente a partir de constatar al grupo de edad al que pertenecen.

3.4.3 Procedimiento

- a. Aplicación de encuesta y entrevistas
- b. Sistematización de los datos proporcionados por las encuestas, a través de una matriz general donde se ingresaron todos los datos obtenidos a partir de las encuestas y entrevistas.
- c. Conclusiones sobre los datos sistematizados.

3.4.4 Presentación de los resultados obtenidos

Encuestas

Las encuestas se realizaron a los estudiantes que mostraron mayor interés por el trabajo investigativo planteado. Las preguntas de la encuesta estuvieron basadas en la observación de sujetos inmersos en este mundo virtual, es decir a partir de la observación de estudiantes dentro y fuera de la universidad quienes utilizan constantemente un dispositivo electrónico e ignoran a los otros de su alrededor. Sujetos que caminan con la vista dirigida al aparato electrónico y a quienes los otros deben zigzaguear para no chocarse. A partir de esta y varias observaciones fueron surgiendo los parámetros de la investigación, es decir tiempo de utilización de los dispositivos, de las redes sociales y el tiempo que se dedica al contacto directo con el otro. Las entrevistas fueron realizadas a cuatro estudiantes de la facultad, quienes estuvieron dispuestos a formar parte de la investigación tras evidenciar esta relación con lo virtual.

A continuación se va a presentar un análisis a partir de la información obtenida de cada grupo de estudiantes encuestados, a partir de la utilización de tablas y gráficos con contenidos de los resultados de la investigación.

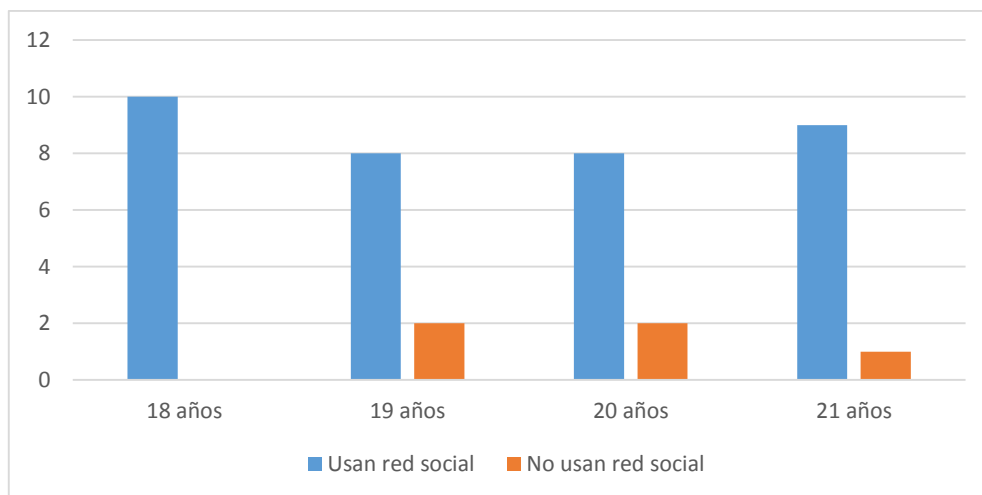


Figura 4 Uso de las redes sociales de acuerdo al rango de edad
Elaborado por Lorena Peñaherrera en Octubre 2015

EDAD	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
18 años	5	5	10
19 años	4	4	8
20 años	4	4	8
21 años	4	5	9
	17	18	35

Tabla 1 Personas que utilizan redes sociales, de acuerdo al género
Elaborado por Lorena Peñaherrera en Octubre 2015

EDAD	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
18 años	0	0	0
19 años	1	1	2
20 años	1	1	2
21 años	1	0	1
	3	2	5

Tabla 2 Personas que no utilizan redes sociales, de acuerdo al género
Elaborado por Lorena Peñaherrera en octubre 2015

El total de personas encuestadas fue de 40 estudiantes de la Facultad de Psicología de la PUCE, 35 sujetos de la muestra total (Figura 4.), es decir el 87.5% de la muestra, utilizan algún

tipo de red social, 18 hombres y 17 mujeres específicamente (Tabla 1.); mientras que el 12.5% (5 estudiantes) mencionan no tener ningún tipo de red social en la actualidad, entre ellos 3 hombres y 2 mujeres (Tabla 2).

EDAD	NUM. REDES SOCIALES			REDES SOCIALES		
	1 o 2	3 o 4	5 o más	Facebook	WhatsApp	Instagram
18 años	1	3	6	10	10	7
19 años	3	2	3	8	7	5
20 años	1	4	3	7	8	6
21 años	4	5	0	7	10	3
	9	14	14	12	12	32

Tabla 3 Número de redes sociales a las que están suscritos/ redes sociales más utilizadas
Elaborado por Lorena Peñaherrera en Octubre 2015

Como se puede observar en la Tabla 3, únicamente el 25,71% de los 35 encuestados que forman parte de la muestra con redes sociales, menciona estar suscritos al mínimo de redes sociales, es decir a 1 o 2; mientras que los sujetos restantes quienes representan el 74,29% están suscritos a 3 o más tipos de redes virtuales, entre ellas se observa que las redes sociales que se utilizan más dentro de la comunidad virtual son Facebook y WhatsApp.

EDAD	ÚLTIMO AÑO	DOS AÑOS	CINCO AÑOS	10 AÑOS O MÁS
18 años	0	3	5	2
19 años	1	1	6	0
20 años	0	0	5	3
21 años	1	2	4	2
TOTAL	2	6	20	7

Tabla 4 Tiempo de uso de redes sociales, de acuerdo al grupo etario
Elaborado por Lorena Peñaherrera en Octubre 2015

EDAD	TIEMPO				MOTIVOS DE USO					
	1 a 2H	2 a 4H	4 a 6H	MÁS H	COMU.	INF.	TRAB.	ESTU.	OCIO	CONO. GNT
18 años	0	4	4	2	10	3	3	2	6	2
19 años	1	2	2	3	6	3	1	1	2	1
20 años	1	0	3	4	7	4	1	2	2	0
21 años	2	5	2	0	6	4	2	4	0	0

Tabla 5 Tiempo que dedican al uso de redes sociales vs. El motivo de uso
Elaborado por Lorena Peñaherrera en Octubre 2015

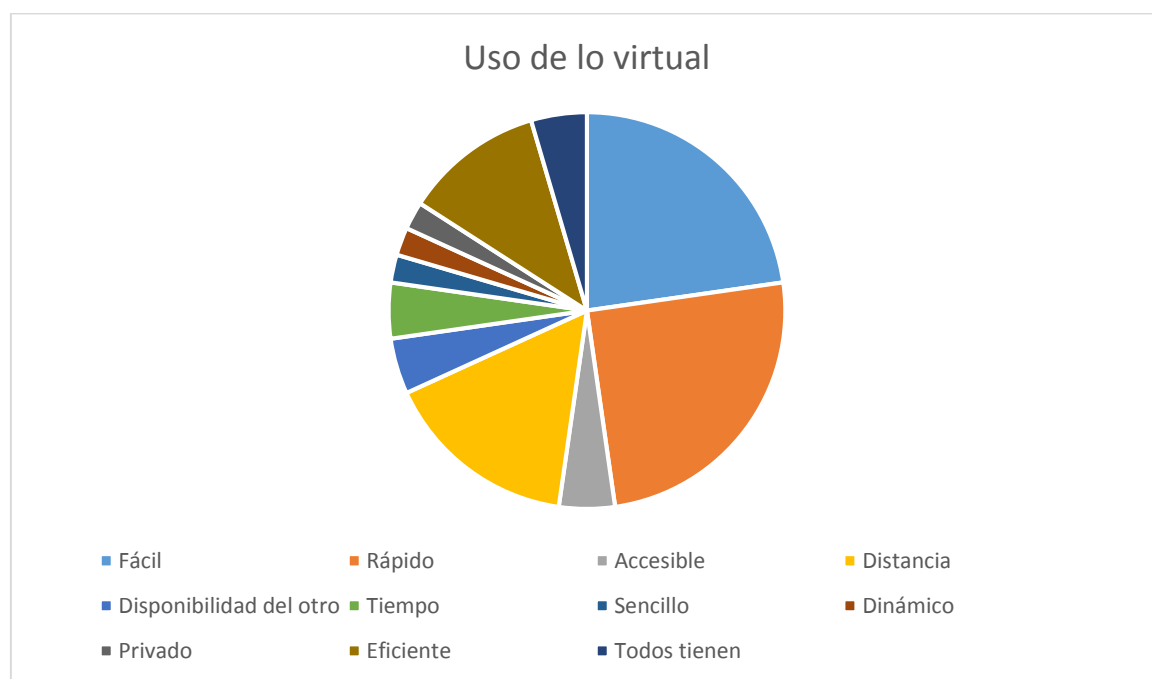


Figura 5 ¿Por qué prefieren la comunicación virtual?
Elaborado por Lorena Peñaherrera en Octubre 2015

En la figura 5, se observa como los estudiantes mencionan que utilizan los medios virtuales por el fácil acceso a las mismas, además de que son un medio rápido donde se da lugar a la inmediatez de una respuesta, donde ese otro al que se está llamando, siempre está del otro lado del dispositivo esperando dar respuesta y oído a las demandas de ese sujeto hablante que busca encontrar un lugar dentro de la relación con los otros.

En los sujetos de 18 años, se observa que en su totalidad poseen algún tipo de red social (Tabla 1), además tal como se presenta en la Tabla 4, el 60% de los estudiantes, es decir 5 sujetos utilizan una red social desde hace 5 años o más. La red social más utilizada en este grupo etario y en los demás grupos como ya se mencionó, es Facebook y se observa también que WhatsApp es un medio con elevadas suscripciones dentro de los sujetos, lo cual lo muestra la Tabla 3. Todos los sujetos de este grupo como se puede observar en la Tabla 5, utilizan a las redes sociales como un medio para comunicarse con las demás personas, en su mayoría con amigos, familiares y pareja. La comunicación cara a cara en este grupo encuestado si se manifiesta, en su generalidad con amigos directos, a los cuales se dedica dos horas o más para esta comunicación del uno a uno (Tabla 6.).

EDAD	HORAS AL DIA DEDICADAS COMU. DIRECTA				PERSONAS CON LAS QUE SE COMU. DIRECTAMENTE			
	1 A 2H	2 A 4H	4 A 6H	MÁS H	AMI.	FAM.	TRAB.	PARE.
18 años	1	1	4	4	10	7	2	8
19 años	2	2	1	2	7	4	0	3
20 años	1	1	2	4	8	5	0	3
21 años	2	4	2	0	8	4	3	2

Tabla 6 Comunicación directa, cara a cara (tiempo y personas)
Elaborado por Lorena Peñaherrera en Octubre 2015

En contraposición con el grupo de 18 años, en la muestra de estudiantes de 19 años, ya se evidencian dos sujetos quienes no utilizan ningún tipo de red social, tal como se observa en la Tabla 2, uno de los estudiantes mencionó que los medios virtuales no despiertan su atención por este vínculo que se genera entre la virtualidad y el sujeto. El 80% de los estudiantes si tienen algún tipo de red social y de igual forma que el anterior grupo, llevan utilizando estos medios casi 5 años. En los sujetos de esta edad se evidencia que la comunicación directa, entendida como la comunicación cara a cara, es más dirigida a familiares y se la dedica más de dos horas al día (Tabla 6).

Los estudiantes de 20 años, evidencian similares resultados y actitudes que los grupos anteriores, el 80% de los sujetos utilizan algún tipo de red social (Figura 4. y Tabla 1.) y el restante 20% no utiliza ningún tipo de red social (Tabla 2.), este parámetro encontrado puede

deberse a un sinnúmero de situaciones, entre ellas la disposición a realizar la encuesta planteada o a su vez los medios o aplicaciones que se encuentran dentro del término red social, ya que puede existir una confusión, la red social se la ha venido entendiendo como cualquier medio virtual por el cual se intercambia información personal y contenidos vía internet. Como se ha venido observando en la tabla 3, las redes sociales de mayor uso son Facebook y WhatsApp, en este grupo etario aparece con un 75% de quienes usan redes sociales un nuevo medio denominado Instagram, donde los sujetos pueden compartir con los usuarios únicamente imágenes, lo peculiar de esta aplicación es como los usuarios pueden seguir o no a una persona y dependiendo del grado de privacidad del perfil se puede compartir la información, es decir el usuario decide quién puede o no ver su perfil de Instagram.

Este punto llama mucho la atención, ya que anteriormente he mencionado esta necesidad del sujeto por entrar al mundo del otro, lo cual me lleva a una nueva interrogante, ¿qué pasa cuando no puedo entrar al mundo virtual del otro?, en este sentido se denota como el sujeto, es un sujeto faltante que constantemente da cuenta de esta falta a través de sus actitudes y de la cotidianidad, en este caso, el mundo virtual es un mundo de semblantes de completud, donde el otro virtual se muestra como un partenaire que viene a llenar aquello que constantemente no es, ni todo o nada.

Finalmente, el grupo de estudiantes de 21 años como se puede observar en la Tabla 1, en un 90% utilizan algún tipo de red social, donde el 60% manifiesta que lo realizan por la necesidad evidente de comunicarse con los demás (Tabla 5), en el caso de este grupo específico, el 80% se comunica virtualmente con amigos y en ocasiones con sus familiares.

Pasando al análisis de las entrevistas semiestructuradas, estas se realizaron a cuatro estudiantes de la Facultad de Psicología de la PUCE, en el periodo de mayo a junio del 2015, los entrevistados fueron parte de la primera parte del proceso de investigación, es decir de las encuestas, y a partir de observar y mostrar un mayor interés en el tema planteado, se procedió a realizar las entrevistas.

Los cuatro sujetos en el momento de la entrevista poseían un dispositivo móvil de última tecnología, y en su mayoría se les pidió que lo mantuvieran en perfil silencio para proceder con la entrevista, lo cual denotó un cierto apego con el dispositivo.

Para mayor confidencialidad de los sujetos encuestados, procederé a nombrarlos a partir de las cuatro primeras letras del abecedario español (A, B, C, D). Voy a presentar el contenido a manera de viñetas, para ir ligando la información recopilada de los sujetos de la muestra con la teoría ya anteriormente planteada.

El sujeto A, es un joven de 20 años, de género masculino, quien se encontraba cursando el quinto semestre dentro de la facultad. Comenta que hace aproximadamente 5 o 6 años empezó a utilizar las redes sociales, en la actualidad está suscrito a 8 tipos de redes sociales. Durante la entrevista, el sujeto A tenía en la mesa su computadora y su dispositivo móvil, en los dos aparatos tenía abierto la aplicación de WhatsApp, la cual hacía uso en cada dispositivo.

Al igual que los estudiantes encuestados (Tabla 3.), A comenta que la red social que utiliza con mayor frecuencia es el WhatsApp, a la que dedica todo el día, y que únicamente tiene un descanso de este medio cuando no le escriben. Cuando al sujeto A se le pregunta acerca de su tiempo libre, el sujeto menciona que lo utiliza viendo televisión o en el internet, aquí denota una necesidad constante de estar inmerso en este mundo virtual (Al que he venido haciendo referencia a lo largo de mi trabajo de investigación.).

Al cuestionar al sujeto A acerca de la comunicación virtual, menciona que generalmente se comunica con sus amigos y su pareja y que en la actualidad las redes sociales son indispensables, en palabras de A: ahora los mensajes de texto y todos los chats son mucho más dinámicos y son más sencillos de utilizar, a parte que no son tan costosos como una llamada telefónica. Al igual que los sujetos que fueron parte de la muestra encuestada, A recalca la facilidad de utilización de los medios virtuales, en este caso de los mensajes de texto.

Durante la entrevista se introduce una temática que da cuenta de un conflicto en la comunicación virtual, es decir los malos entendidos, A comenta que si tuvo un conflicto con su pareja porque su celular tiene activa la opción de autocorrección, y el sujeto quiso escribir rápidamente el mensaje y se escribió el sentido contrario de lo que quería comunicar; cuando se pregunta si existió una explicación al malentendido, A responde: No sí, si le explique en ese mismo rato, pero o sea si era algo medio ambiguo porque si era un mensaje bastante claro entonces no parecía un error, pero ya cuando le expliqué ya me entendió.

En la respuesta de A, se hace referencia a la intención del sujeto como hablante, en este caso el sentido de la enunciación se vio afectada por medios externos (auto corrector) e hizo que el mensaje tome un sentido erróneo al que el interlocutor quería transmitir, el sujeto al que se dirigía ese mensaje lo interpretó desde su propia experiencia y le puso el sentido a ese significativo.

Al continuar con la entrevista, se plantea la interrogante acerca de las relaciones virtuales en la actualidad, a lo que A responde: Los jóvenes estamos muy ligados a las redes sociales y nos parece indispensable estar todo el tiempo tratando de demostrar a las otras personas lo que estamos haciendo o contarles lo que estamos haciendo mediante las redes sociales. Esta necesidad a la que el sujeto hace referencia, es esa necesidad de reconocimiento del otro, el sujeto necesita que el otro de la virtualidad lo reconozca, lo constituya a partir de una publicación o de una visita a su perfil social, es esta característica de "indispensable" de las redes sociales lo que en la actualidad nos mantiene atados y traspasados por la virtualidad.

Otro aspecto que A menciona durante la entrevista y da cuenta de que algo pasa en el uso de las redes sociales que mantiene al sujeto inmerso y que a algunos los lleva a cuestionarse, es la privacidad de la información que circula dentro de la red, anteriormente ya se mencionó como el internet y sus usuarios se apoderan de lo que circula en el mundo virtual, nada es privado, el otro consume el mundo del otro. El sujeto A comenta que: se pierde la intimidad de la pareja y talvez, o sea nosotros buscamos que no sea tan íntimo tampoco no porque todo el tiempo buscamos actualizar en la actividad que estamos haciendo o tratamos de socializar mediante la red social.

El Sujeto B es un joven de 21 años, de género masculino, quien en el momento de la entrevista se encontraba cursando el cuarto semestre dentro de la facultad de Psicología. Como se puede observar en la tabla 3 y 4, B coincide con los estudiantes encuestados en el tiempo de uso de las redes sociales, es decir aproximadamente 5 a 6 años, está suscrito a 10 redes sociales. El sujeto B manifiesta que al igual que la mayoría de sujetos de la muestra, la comunicación es el uso primordial que le da a los medios virtuales (Tabla 5.), al igual que el sujeto A, B comenta que utiliza las redes sociales durante todo el día y que cuando no está utilizando este tipo de medios, ocupa su celular para escuchar música, lo cual evidencia un fuerte apego con el

dispositivo móvil. A diferencia del anterior entrevistado, el sujeto B comenta que la comunicación directa, es decir cara a cara la realiza en su mayoría con sus amigos ya que con su familia por cuestiones de tiempo y horarios diferentes no coinciden en su casa.

Un aspecto que llama la atención de B, es que a lo largo de la entrevista, prioriza y da importancia a las relaciones físicas y a escuchar al otro a partir de una llamada telefónica, incluso comenta que las relaciones virtuales pueden no ser reales. Menciona que a partir de su experiencia puede asegurar que las relaciones virtuales no funcionan bien: Bueno, básicamente eso empezó bien, empezó bien, pero conforme iban pasando los meses, precisamente por cosas de las redes sociales, la relación se fue deteriorando porque la confianza fue disminuyendo y empezaron celos y todo esto, entonces por esto puedo decir que no es algo que funcione realmente.

Al igual que A, el sujeto B a lo largo de la entrevista da cuenta en su decir, esa necesidad de entrar en el mundo del otro, de saber del otro, lo cual es consecuencia en este caso específico, de la necesidad de ser parte del mundo actual de las publicaciones virtuales, de los *likes*, de la fiebre del "follow me", todo este tipo de aspectos son referentes de esa muestra necesaria de reconocimiento, de la necesidad de saber quién soy, que tengo, como luzco a partir de cuantos likes que el otro me da.

El Sujeto C es un joven de 21 años, de género masculino, durante la entrevista se encontraba cursando el octavo semestre dentro de la facultad de Psicología. Así mismo como los sujetos encuestados correspondientes al grupo etario de 21 años de la tabla 3, C manifiesta estar suscrito a cinco redes sociales, el tiempo que lleva suscrito es superior al de los anteriores entrevistados, menciona que hace aproximadamente 10 años empezó a utilizar este medio virtual y que su inicio fue con la red social Hi5, hoy un medio casi desaparecido. De igual manera como se muestra en la tabla 3 y como los sujetos anteriores, la red social que más utiliza es Facebook. Cabe mencionar que el sujeto C comenta estar de igual forma que A y B conectado todo el día a las redes sociales a partir del dispositivo móvil, pero lo que llama la atención es que menciona que: no está presente. Esto denota una contradicción en la idea de estar y no estar, ya que a pesar de que está conectado o abiertas las redes sociales el sujeto C no da respuesta a las demandas de los otros virtuales.

De igual forma, el sujeto C, recalca a la comunicación como lo primordial para el uso de las redes sociales y concuerda con los datos obtenidos en las encuestas acerca de por qué el uso constante de las redes sociales, es decir la distancia con las otras personas (Tabla 5.), el uso del internet genera una apariencia de cercanía y da paso a la inmediatez como característica fundante de la necesidad de estar conectados todo el tiempo a un dispositivo electrónico, es este semblante de cercanía que hace que el sujeto genere un impulso por siempre querer tener al otro en su mundo virtual, nuevamente retomo la idea, de esa necesidad de que sea el otro colgado en la red social quien me reconozca como sujeto hablante. A lo anterior, C dice: En este punto es como que facilita el contacto, o sea como es con la video llamada es como que le estás viendo en tiempo real, no es una llamada simple al teléfono o un mail que solo lo estás leyendo sino que es como si estuviera ahí.

La Sujeto D, es una joven de 21 años, de género femenino, en el momento de la entrevista se encontraba cursando el noveno semestre en la facultad de Psicología. A diferencia de los anteriores sujetos, D comenta estar suscrita solo a tres redes sociales: Facebook, WhatsApp y Twitter, de igual manera el uso de las redes sociales es menor a la de los sujetos A, B y C, D lleva suscrita 4 años únicamente, comenta que empezó a usar este medio por la fuerte presión de las personas que le rodeaban, ya que la mayoría de sus amigos y compañeros del colegio utilizaban este medio por la popularidad del mismo (Facebook).

La utilización del internet y de las redes sociales primordialmente para D, es como guía tanto con los trabajos de la universidad como referencia sobre temas de su interés, asimismo comenta que utiliza estos medios virtuales para mantenerse en contacto con los compañeros del colegio y de universidad. Cabe mencionar, que la sujeto D señala dentro de la entrevista, ciertos conflictos dentro de las redes sociales, los cuales ya se mencionaron en acápites anteriores: Se de muchas personas que han tenido problemas con encontrarse con otros que tienen una identidad diferente, también sobre el bullying que he visto mucho, sobre todo en los adolescentes con las redes sociales que la verdad no sé pero que se escuchan muchas cosas, no sé, creo que sobre todo es como que darle tu imagen o tu información a otro que talvez no es real.

Dentro de las redes sociales el sujeto constantemente puede visualizar algo de ese otro, con o sin autorización. Una vez que ingresa a la red, "ya es de todos", ya que se muestra como

un "otro dispuesto", dispuesto a informar a los demás acerca de su estilo de vida, de los otros que la conforman, esta problemática es de mucha importancia porque la información que circula en la red se vuelve vulnerable e insegura, lo privado se vuelve transgredible por cualquier otro inmerso en el mundo virtual.

D, recalca que antes de la virtualidad las relaciones entre los sujetos tenían: mucho más contenido de realidad. A lo que hace referencia la entrevistada, es a ese esfuerzo que se hacía anteriormente para lograr un encuentro con el otro, localizarlo por teléfono, insistir en las llamadas de ser el caso, y definir hora y fecha para que no exista ningún conflicto el momento del encuentro, además este contenido de realidad da cuenta de esa necesidad de percibir al otro en tanto corporeidad y en tanto está en el mismo lugar físico.

Conclusiones

Al analizar la investigación, y a partir de los resultados obtenidos gracias a la utilización de las diferentes herramientas mencionadas con anterioridad, se puede concluir que:

1. En los resultados de las encuestas, se observa que, para todos los grupos de la investigación, la comunicación es la utilidad primordial de las redes sociales (Tabla 5), por cuanto los sujetos somos hablantes atravesados por el lenguaje necesitamos del intento de comunicación para poder formar vínculos, aunque sea virtuales. La comunicación virtual se evidencia como resultado de esta ausencia del otro, el otro físico, este otro corpóreo y erogenizado, que se muestra como un sujeto de la subjetividad en tanto se encuentra con el otro y ese otro da cuenta de su existencia.
2. El 48,57% de los sujetos que se encuentran suscritos en una red social, comentan haber tenido algún malentendido con otro sujeto dentro de la comunicación virtual, la mayoría de los sujetos mencionan que se dio una mala interpretación del mensaje enviado y que el interlocutor lo interpretó desde su posición personal y dentro de la literalidad del mensaje, es decir sin el sentido exacto que el emisor quería comunicar a ese otro. El malentendido al que hacen referencia los sujetos de la muestra, es que han sido parte de conflictos o discusiones por la mala interpretación de un emoticón, en donde el intento de resumir o poner en imágenes de emoticones una emoción o sensación de un sujeto, se ve fallida porque cada sujeto interpreta o da significado a estos emoticones desde su mundo, cada sujeto pone un poco de sí mismo en cada una de sus expresiones y mensajes que dirige al otro, y es ese otro quien a partir de sus propias percepciones y sentidos da carácter de significación al mensaje.
3. Por tanto, se puede concluir que este conflicto de tratar de crear un nuevo emoticón para un significante propio y/o universal, crea dificultades a nivel relacional, ya que limita al sujeto a la comunicación pasada por la virtualidad y estos medios básicos que el sujeto se ve obligado a utilizar, facilitan y quitan el esfuerzo de crear un vínculo traspasado por la relación con el otro, vínculo que a su vez está basado también en el cuerpo. Aquí vemos como esa necesidad de reconocimiento del otro, da cuenta de esa imposibilidad de la relación, ya que en la virtualidad todo se vuelve aún más relativo; el sujeto se ve obligado a poner su ser, su esencia de sentido en una imagen, en un

emotición, en un "me gusta", en dar un "dedito arriba", para poder ser reconocido y reconocer al otro, que constantemente está colgado en la red, que en palabras de Auxi Scarano ese reconocer a un sujeto que se encuentra "en-red-a-do" (Scarano, 2015). Lacan dice que el otro es quien debe reconocer al sujeto (Lacan, 1968-1969), es decir: "Yo te reconozco a ti y tú me reconoces a mí", traduciendo esto a efectos de la virtualidad tendríamos: "Tú me das un like y yo te devuelvo el like".

4. Los sujetos dentro del internet, denotan una necesidad de aceptación, de reconocimiento a partir de cuantos "me gusta" obtengo o del número de personas que siguen mi perfil social e incluso de cuantos amigos virtuales (desconocidos) tengo. Se podría decir que esta necesidad de encontrar al otro en forma de *likes* da cuenta de la falta de la presencia física y palpable de ese otro que me contenga y me reconozca como sujeto perteneciente a algo. Uno de los encuestados, menciona que tuvo un conflicto por un malentendido, "no entendió mi carita", en esta frase que menciona el sujeto, existe una especie personificación del emoticón, lo que demuestra lo anteriormente mencionado, es decir como los sujetos dentro de la virtualidad le damos una característica de significante a una imagen inanimada, que posteriormente en diferentes contextos dentro de la comunicación va a adquirir sentido para el sujeto. Los emoticones y su significado se muestran como una entrada a ese mundo del otro, ya que de acuerdo a la interpretación que se le den a los mismos, cada sujeto hablante permite y se permite continuar en el proceso de relación con el otro dentro de la red y en este caso con el otro del dispositivo.
5. Los encuestados mencionan que utilizan los medios virtuales en su gran mayoría, por el fácil acceso a estos, además de que son rápidos medios de difusión y de comunicación y lo ligan a que la falta de tiempo y la distancia entre los otros hace del internet y la virtualidad un medio necesario e indispensable en la actualidad (Figura 5). "No se siente el tiempo", "porque están lejos", "porque siempre están ahí"; estas son algunas de las respuestas que más llaman la atención dentro de la investigación ya que me permiten ligar los conceptos teóricos planteados con anterioridad con las evidencias obtenidas a partir de las encuestas realizadas a los estudiantes, encuestas realizadas a partir de la comunicación directa del uno a uno con cada uno de los sujetos pertenecientes a la muestra.

6. El hecho que se menciona que “siempre están ahí”, da cuenta de esa no-existencia de un espacio para el otro virtual, la privacidad y el simple sentido de extrañar a alguien no se da dentro de las redes sociales, ya que ese otro está constantemente en la red de un modo imaginario, colgando sus emociones y sentidos en imágenes y emoticones que facilitan y limitan la comunicación y las interacciones. Los vínculos y las relaciones amorosas están traspasadas por la virtualidad, el saber que tengo una relación con alguien y está oficialmente en el perfil social, crea un nivel más alto de compromiso con el otro entendido como partenaire, como quien acompaña en el sentido de estar enredados en la virtualidad.
7. Como podemos observar, los datos proporcionados por los encuestados y los datos obtenidos de las entrevistas, son similares en su generalidad. Ambos resultados dan cuenta de la existencia de una problemática nueva que está debilitando a las relaciones de los sujetos, ya que como lo mencionó la sujeto D, ese contenido de realidad que caracterizaba a las relaciones antes de la virtualidad, cada vez se va perdiendo en el enredo con lo virtual, con lo que trasgrede el sonido de la voz y penetra la mirada a manera de imágenes y significantes elaborados por la red y por sujetos enredados entre lo real del cuerpo y la realidad virtual que confunde y muestra un mundo lleno de producciones y sensaciones no-propias si no reelaboradas.
8. Ninguno de los sujetos que fueron parte del proceso de entrevista, manifiesta tener conflictos el momento de entablar una conversación cara a cara con las demás personas, sin embargo, mencionan que por cuestiones de tiempo y de proximidad con los otros, las conversaciones directas se limitan y es por eso que las relaciones deben estar basadas o sustentadas en el uso y transmisión de mensajes electrónicos.

El hombre no piensa con su alma, como lo imagina el Filósofo. Piensa porque una estructura, la del lenguaje – la palabra lo implica – porque una estructura recorta su cuerpo y nada tiene que ver con la anatomía (Unzueta & Lora, 2002)

Tal como mencionan los autores, y como se ha mencionado a lo largo del desarrollo del presente tema, los sujetos se encuentran traspasados por el lenguaje, barrados por la palabra, implicados por los significantes y sus significaciones, es por esto que se puede concluir que el sujeto es en sí mismo lenguaje.

9. La comunicación es básica en las relaciones con los otros, da cuenta de la existencia del ser y sirve para expresar el malestar que aqueja al sujeto, en este caso específico del fenómeno phubbing, la palabra faltante que penetra al sujeto, se encuentra inmersa en la virtualidad, y son los sujetos de la muestra investigativa quienes van dando cuenta de que algo pasa en el encuentro con el otro, un otro entendido como partenaire en tanto acompaña y reconoce al sujeto hablante, en este caso el otro de la virtualidad es la tecnología, el dispositivo móvil que brinda significantes virtuales en forma de sentidos.
10. Esta investigación ha permitido esbozar nuevas ideas sobre el sujeto, además de estar sujetado al lenguaje y ser sujeto del inconsciente, está ligado a lo virtual, a una relación en-red-a-da con la red, tal como planteó Auxi Scarano en su conferencia acerca de las redes sociales digitales, donde menciona que las personas en la actualidad andan en-red-a-das en un vínculo con su dispositivo, que se convierte en una extensión de la persona, ya que se muestra sujetado a un aparato electrónico (Scarano, 2015).

Recomendaciones

1. El término *phubbing* se viene usando desde el año 2013, se refiere al acto de ignorar a otra persona por estar inmerso en el mundo virtual de un dispositivo electrónico. El uso del mismo, será cada vez más común, ya que la presencia de este fenómeno en la cotidianidad de las actividades humanas, invitan a cuestionar y a dar respuesta a esta ausencia del otro, que ya no responde a partir de la mirada ni de la voz, si no que formula sus respuestas a partir de la significación que se le dará a un emoticón, a un *like* o a ese simple mensaje virtual.
2. Todo el tema planteado anteriormente, es un tema reciente, que poco a poco está surgiendo y planteando la necesidad de investigaciones nuevas. Toda la relación con la virtualidad es un tema de estudio rico en significantes, ya que da cuenta de la existencia de nuevas formas de implicación en el lenguaje y por tanto de relacionamiento entre los sujetos. Se recomienda ampliar la investigación del tema, ya que se puede observar la existencia de nuevos significantes que aparecen en el uso cotidiano y que hacen un llamado a pensar e investigar, como se realizó con el bullying o cyber bullying que fueron surgiendo a partir de la observación de un fenómeno a nivel de relación y que sirvió para concientizar a la sociedad acerca de una problemática social que estaba marcando a las generaciones.
3. Se recomienda realizar un estudio con mayor validez estadística, es decir con una población diferente en todas sus variables; donde el enfoque varíe de acuerdo al grupo socioeconómico, etario, sexo, ubicación geográfica. Para así poder comparar resultados y poder validar este planteamiento de nuevas formas de comunicación en la actualidad.
4. El psicoanálisis da cuenta del discurso de un sujeto hablante; por tanto permite la existencia de un encuentro de discursos que intercambian significantes entre sí. En el caso específico de esta investigación, se observa como este encuentro de ideas desde la lingüística unas y desde el psicoanálisis otras, permite la posibilidad de generar reflexiones y diálogos sobre algo que vemos en la teoría y que se evidencia en la cotidianidad, a partir de este "dar cuenta" y del dialogo de varios discursos, se puede llegar al planteamiento de ideas inéditas sobre la relación de los sujetos con la virtualidad.

5. A los sujetos de la virtualidad, aquellos que se encuentran enredados en una no-relación con otro virtual, se recomienda dejarse sorprender por el otro que siente, que toca y que mira, es decir aquel sujeto hablante en tanto sujeto corpóreo que reconoce al otro a partir de la mirada y de la voz, de los sonidos estéticos de la producción de la palabra, mas no de un *like* o un *follow*.

Referencias

- Ajmat, S. (18 de Julio de 2015). *Ghosting: si te he visto, no me acuerdo (o no te doy like)*. Obtenido de lanacion.com: <http://www.lanacion.com.ar/1811362-ghosting-si-te-he-visto-no-me-acuerdo-o-no-te-doy-like>
- Alba, S. (1995). *Las reglas del caos*. Barcelona: Anagrama.
- Arrieta, Batista, & Meza. (2009). *Clasificación de neologismos usados en el lenguaje académico por docentes universitarios venezolanos*. Obtenido de Scielo: http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1012-15872009000200005&script=sci_arttext
- Blanco, D. (6 de Mayo de 2014). *Cómo afecta el phubbing, el síndrome que lleva a vivir atado a las pantallas de los celulares*. Obtenido de infobae: <http://www.infobae.com/2014/05/06/1562208-como-afecta-el-phubbing-el-sindrome-que-lleva-vivir-atado-las-pantallas-los-celulares>
- Benveniste, É. (1999). *Problemas de lingüística general II*. México: Siglo veintiuno editores.
- Cardero, A. (1993). *El neologismo en la cinematografía mexicana*. México: Universidad Autónoma de México. Escuela Nacional de Estudios Profesionales de Acatlán.
- Castillo, L. (3 de Octubre de 2014). *Phubbing, cuando la tecnología acaba con las relaciones sociales*. Obtenido de Salud Medicinas: <http://www.saludymedicinas.com.mx/centros-de-salud/salud-mental/articulos/phubbing-tecnologia-relaciones-sociales.html>
- Centro Virtual Cervantes*. (1997-2015). *Implicatura*. Obtenido de Centro Virtual Cervantes: http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/implicatura.htm
- Chemama, R., & Vandermersch, B. (2000). *Diccionario del Psicoanálisis*. Buenos Aires-Madrid: Amorrortu.
- Ducrot, O. (2001). *El decir y lo dicho*. Buenos Aires: EDICIAL.

- Educ.ar. (2015). *¿Qué quiere decir phubbing?* Obtenido de Educ.ar: https://www.educ.ar/sitios/educar/blogs/ver?referent=familias&cat=ed_blogs_cat_familia&id=128871
- Eidelsztein, A. (1992). *Modelos, esquemas y grafos en la enseñanza de Lacan*. Buenos Aires: Ediciones Manantial SRL.
- Escandell, V. (2010). Introducción a la Pragmática. En V. Escandell, *Introducción a la Pragmática* (págs. 27-40). Barcelona: Ariel Linguística.
- Evans, D. (1997). *Diccionario Introductorio de Psicoanálisis Lacaniano*. Buenos Aires: Paidós.
- Fuentes, Gerding, Pecchi, Kotz, & Cañete. (2009). *NEOLOGÍA LÉXICA: REFLEJO DE LA VITALIDAD DEL ESPAÑOL DE CHILE*. Obtenido de Scielo: http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-48832009000100006&script=sci_arttext
- García, M., Libenson, M., & Montero, A. (2013). De la intención del sujeto hablante a la representación polifónica de la enunciación. acerca de los límites de la noción de intención en la descripción del sentido. *Revista de Investigación Lingüística*, 237-262.
- Guerrero, G. (1997). *Neologismos en el español actual*. Madrid: Arco libros.
- Gutiérrez, D. (2002). Figuras del sujeto. *ICONOS*, 32-46.
- Jakobson, R. (1988). Lingüística y Poética. En R. Jakobson, *Lingüística y Poética* (Cuarta ed., págs. 11-74). Madrid: Cátedra.
- Lacan, J. (2006). *Seminario XIV: La lógica del fantasma* 1ª ed. (1966-1967). Buenos Aires: Siglo XXI.
- Lacan, J. (2008). *De un Otro al otro*. 1ª ed. (1968-1969). Buenos Aires: Paidós.
- Lacan, J. (1982). *L'ÉTOURDIT* (1972). Buenos Aires: Escuela Freudiana de Buenos Aires.
- Lamovsky, L. (2005). *Psicoanálisis Y Lazo Social*. Versión digital. Buenos Aires: Libros del Zorzal.

- Miller, J.-A. (2005). *Psicoanálisis y sociedad*. Obtenido de Escuela de la Orientación Lacaniana: <http://www.eol.org.ar>
- Moreno, Ú., & Valladares, L. (20 de Mayo de 2014). *Seminario 19, O peor. Reseña del capítulo VII: La partenaire desvanecida (charla)*. Obtenido de nueva escuela lacaniana: <http://nellimablog.com/2014/05/20/seminario-19-o-peor-resena-del-capitulo-vii-la-partenaire-desvanecida-charla/>
- Orwell, G. (1980). *1984*. Utopía.
- Pereira, A. (2004). DE LA TEORÍA GENERAL DE LA ENUNCIACIÓN A LA ENUNCIACIÓN TELEVISIVA. págs. 101-116.
- Rizo, M. (2012). Comunicación interpersonal digital y nuevas formas de comunidad. Reflexiones sobre la comunicación pos-masiva. *Comunicación interpersonal digital y nuevas formas de comunidad. Reflexiones sobre la comunicación pos-masiva*. México: Universidad Autónoma de la Ciudad de México.
- Robert, P. (2009). *Dictionare Alfabétique et analogique de la langue française*. Paris: Le Robert.
- Scarano, A. (15 de septiembre de 2015). Redes sociales digitales: Nuevos vínculos- Nuevas realidades. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Universia México. (22 de Agosto de 2013). "*Stop Phubbing*": campaña contra la adicción al celular. Obtenido de Universia México: <http://noticias.universia.net.mx/en-portada/noticia/2013/08/22/1044315/stop-phubbing-campana-contra-adiccion-celular.html>
- Unzueta, C., & Lora, M. (2002). *El estatuto del cuerpo en psicoanálisis*. Obtenido de Universidad Católica Boliviana: <http://www.ucb.edu.bo/publicaciones/ajayu/v1n1/v1n1a09.pdf>
- Uriega, V. (2013). "*Phubbing*" y el fin de las relaciones. Versión digital. Obtenido de Nosotros diario: <http://www.nosotrosdiario.mx>.

Wijnands, P. (1990). *Analyse néologiques à partir des Mots nouveaux apparus depuis 1985*. En La banque des mots. Numéro special 1990, pp. 5-34.

ANEXOS

**ANEXO 1
FORMATO DE ENCUESTA**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE PSICOLOGÍA
ENCUESTA: Análisis de la falta del otro y su relación con el neologismo denominado
"Phubbing".**

Conteste las siguientes preguntas.

Edad		
Género	Masculino _____	Femenino _____

1. ¿Utiliza algún tipo de red social digital? Si su respuesta es negativa, descontinúe.

SI____ **NO**____

2.- ¿Hace cuánto tiempo empezó a utilizar las redes sociales digitales?

El último año	
2 años	
5 años	
10 años o más	

3.- ¿A cuántas redes sociales digitales está suscrito?

1 o 2	
3 o 4	
5 o más	

4.- Escoja las redes sociales que más utiliza

Facebook	
WhatsApp	
Instagram	
Twitter	
Skype	
Snapchat	
Otros	

5.- ¿Cuánto tiempo en horas dedica usted al día para las redes sociales digitales?

1 a 2 horas	
2 a 4 horas	
4 a 6 horas	
Más horas	

6.- Escoja uno o varios motivos y valórelos de 1 a 3 siendo tres muy importante, dos importante y uno no importante

Comunicarse	
Informarse	
Trabajar	
Estudios	
Ocio	
Conocer gente	
Otros ¿Cuáles?	

7. Si en la pregunta anterior, es muy importante el comunicarse para Ud.
¿Cuántas horas al día emplea para comunicarse?

1 a 2 horas	
2 a 4 horas	
4 a 6 horas	
Más horas	

¿Con qué personas se comunica usualmente?

Amigos	
Familia	
Trabajo	
Pareja	

¿Por qué lo hace vía virtual y no por otros medios?

8. ¿Cuántas horas al día, dedica usted a las conversaciones personales (cara a cara)?

	1h	2h	Más
Amigos			
Compañeros			
Familia			
Desconocidos			

9. ¿Ha tenido algún malentendido con otra persona por redes sociales? (Malentendido haciendo referencia a: discusión porque no se entendió el mensaje, se interpretó mal un mensaje, no pudo expresar lo correcto)

SI_____

NO_____

¿Cuál? _____

10. ¿Ha escuchado hablar sobre el término “Phubbing”?

SI_____

NO_____

ANEXO 2 FORMATO ENTREVISTA

1. ¿Utilizas algún tipo de red social?
2. ¿Hace cuánto tiempo utilizas las redes sociales?
3. ¿Más o menos a qué edad empezaste a utilizar?
4. ¿Por qué empezaste a utilizar las redes sociales?
5. ¿Cuál fue la primera red social que utilizaste?
6. ¿Actualmente a cuantas redes sociales estás suscrito?
7. ¿Cuál es la red social que más utilizas?
8. ¿Cuántas horas al día dedicas para utilizar estas redes sociales?
9. ¿Y cuando no utilizas estas redes sociales a qué dedicas tu tiempo?
10. ¿Con quién te comunicas generalmente vía virtual?
11. ¿Cuánto tiempo utilizas para conversaciones cara a cara?
12. ¿Qué piensas de las redes sociales?
13. ¿Has tenido algún conflicto por algún malentendido, referido a que se entendió mal tu mensaje o no llegó a la persona que era o hubo algún conflicto con la interpretación de algún emoticón?
14. ¿Qué opinas sobre las relaciones virtuales?
15. ¿Crees tú que las relaciones actualmente están traspasadas por la virtualidad, por la tecnología?
16. ¿Has escuchado del termino *phubbing*?

ANEXO 3

Consentimiento Informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por **Andrea Lorena Peñaherrera Vaca**, estudiante de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, correspondiente a la Facultad de Psicología. La meta de este estudio es realizar un análisis de la falta del otro y su relación con el neologismo denominado "Phubbing". Estudio realizado desde la teoría psicoanalítica, con los estudiantes de la Facultad de Psicología de la PUCE, mujeres y hombres entre 18 a 21 años.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas acorde a una entrevista semi-estructurada y abstracción de ideas principales sobre la misma.

La participación de este estudio es **estrictamente voluntaria**. La información que se recoja a través de grabaciones en audio será **confidencial** y no se usará para ningún otro propósito fuera de los propuestos en esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán **anónimas**.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

DESDE YA LE AGRADECEMOS SU PARTICIPACIÓN.

Yo, _____ en calidad de estudiante y ciudadano/a ecuatoriano, deseo libre y voluntariamente participar en la investigación sobre: Análisis de la falta del otro y su relación con el neologismo denominado "Phubbing. Estudio realizado desde la teoría psicoanalítica, con estudiantes mujeres y varones entre 18 a 21 años, en la Facultad de Psicología de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi

consentimiento. He sido informado (a) de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona.

Atentamente;

Srta. Andrea Lorena Peñaherrera Vaca.

Nombre del Participante

Firma del Participante

CI: