

Nota

La red virtual *Facebook*: despliegue de la subjetividad contemporánea y ausencia de lazo social

KARINA DI BENEDETTO

KARINA DI BENEDETTO
Licenciada en Psicología.
Instituto Universitario de
Ciencias de la Salud,
Fundación H.A. Barceló.
Ciudad de Buenos Aires,
R. Argentina.

FECHA DE RECEPCIÓN: 02/08/2017
FECHA DE ACEPTACIÓN: 27/10/2017

La investigación realizada en el Instituto Universitario en Ciencias de la Salud de la Fundación Dr. H. A. Barceló tuvo como objetivo analizar la utilización que hacen los sujetos de la red social *Facebook* y qué función cumple en la época actual. En dicho estudio se articularon y complementaron los desarrollos del psicoanálisis con otras disciplinas científicas. Se partió del supuesto de que las redes sociales no representan una solución a la falta de relación entre los sujetos, con lo cual se cuestiona la conformación de una comunidad virtual. El trabajo de campo se realizó con estudiantes de las distintas carreras del mencionado Instituto a partir de entrevistas y observación de la red social *Facebook*. Del análisis de la información recabada se pudo concluir que *Facebook* o cualquiera de las que se denominan redes sociales, no conforman una comunidad; más bien son la suma del yo de cada sujeto. No suplen la falta de relación sino, más bien, la despliegan de manera privilegiada.

Palabras clave: Redes sociales – Comunidad – Lazo afectivo – Goce – Identificación.

The Virtual Network Facebook: Display of Contemporary Subjectivity and Lack of Social Ties

The objective of the research carried out at the University Institute of Health Sciences of the Dr. H. Barceló Foundation was to analyze the use that subjects make of the social network Facebook and what function it fulfills in the current era. For this study, the developments of Psychoanalysis were articulated and complemented with other scientific disciplines. It started from the assumption that social networks do not represent a solution to the lack of relationship between subjects, wherewith the conformation of a virtual community is questioned. The field work was carried out with students of the different careers of the above mentioned Institute, from interviews and observation of the social network Facebook. From the analysis of the information gathered, it could be concluded that Facebook or any other social network does not make up a community; rather they are the sum of the self of each subject. They do not replace the lack of relationship but, rather, deploy it in a privileged way.

Keywords: Social networks – Community – Bonding – Jouissance – Identification.

CORRESPONDENCIA
Lic. Karina Di Benedetto.
Tinogasta 2989, C1417EHK.
Ciudad de Buenos Aires,
R. Argentina;
karjota@hotmail.com

Introducción

Es una certeza que las redes sociales informáticas evolucionan, aumentan sus posibilidades de uso y se renuevan constantemente. El creador de *Facebook*, Mark Elliot Zuckerberg, anticipó que a partir de su invento, la vida social quedaría digitalizada. Pero ¿puede denominarse vida social lo que ocurre en *Facebook*? Este interrogante, fue el punto de partida para la realización de esta investigación, ante el cual, para responderlo, nos remitimos a los desarrollos del psicoanálisis, acompañando al anhelo de Sigmund Freud de que esta práctica pudiera tener incidencia en lo social y de Jacques Lacan para quien el psicoanálisis tiene que estar a la altura de la subjetividad de cada época.

En *Psicología de las masas y análisis del yo* [3], Freud describe a la masa como una reunión de sujetos, en donde se presenta un aumento de la afectividad y una disminución de la actividad intelectual. De esta manera, se supone una nivelación entre todos los individuos que la conforman, se cancelan las diferencias y todos se aúnan bajo una insignia universal. Agrega una característica: la ligazón afectiva con el conductor y con los otros individuos pertenecientes a ella. Estas uniones son explicadas por medio de la identificación, especialmente la de un yo que percibe en el otro una analogía, por ejemplo, un interés en común. Freud agrega además, que dentro de una comunidad de intereses, es decir, la reunión de sujetos para alguna finalidad, tendría que existir tolerancia entre sus miembros, la cual es posible con cierta restricción del narcisismo de cada integrante. Aclara que toda relación entre individuos contiene sedimentos de hostilidad la que se manifiesta al surgir las divergencias, las cuales pueden llegar a producir la disolución de la masa.

Según las referencias freudianas, para Jacques Lacan, la identificación señala la dimensión social de los conceptos psicoanalíticos. Por eso la describe, en el estadio del espejo, como el primer lazo que entabla el sujeto con el otro. Este lazo consiste en una identificación imaginaria, una relación espe-

cular atravesada por la agresividad. Ésta es efecto de la más extrema alienación debido a que el yo es otro. Surge así la intersubjetividad, la cual se reduce a los avatares del plano imaginario, a la tensión especular entre el yo y el semejante.

A partir del espejo, la estructura yoica puede compararse con la paranoia: ambas implican un delirio de conocimiento, dominio y control. «Que el sujeto acabe por creer en el yo es, como tal, una locura» [5, p.370]. Lacan nos advierte así de la locura que produce la pasión por lo imaginario, en el cual, el sujeto queda capturado en la imagen de un yo ideal, es decir, en los ideales de su personalidad. Esta última es definida como la concepción que tiene el sujeto por sí mismo, el conjunto de sus imágenes ideales. La personalidad conduce a la tensión en las relaciones sociales ya que el sujeto se vuelve un paranoico debido a la afección que le produce la representación que tiene el prójimo de él. Por eso, hace un gran esfuerzo para construir una personalidad sostenida por su yo ideal, en la búsqueda por distinguirse de los otros, lo que inevitablemente conlleva competencia, agresividad. Es imposible «ser alguien» sin ser un paranoico, exigido por el culto narcisista al sí mismo, por el placer que el sujeto experimenta en «ser uno mismo». Entonces, es dificultoso considerar la constitución de una comunidad en una época que resalta el apogeo de la personalidad, donde la virtud es sostenerse en «yo soy así». Constituir una comunidad es ser uno entre muchos o ser uno más, de ninguna manera, Uno.

En otras palabras, la comunidad es el resultado de la suma de cada uno con la alteridad, con la otredad, es decir, con la diferencia. Si no existe la tolerancia por lo distinto, aparece la violencia. Pero como la alteridad no puede resolverse, debería funcionar el amor como un recubrimiento para incluir lo distinto.

¿Es posible, entonces, la conformación de una comunidad virtual con estas características? A partir del estudio realizado se sostiene que *Facebook*, entre otras cosas,

constituye un espacio narcisista, donde a través de la pantalla no importa que hable otro, sino el sí mismo. La investigación de la que se desprende el presente artículo, se denominó «Mecanismos psíquicos intervinientes en la utilización de redes sociales no facilitadores del lazo social», la cual fue realizada en el período 2015-2017 con los aportes financieros del Instituto Universitario de Ciencias de la Salud-Fundación H.A. Barceló (IUCS). Estuvo integrada por estudiantes de la Carrera de Psicología del IUCS y se propuso demostrar que *Facebook* no es una solución a lo que falla en la relación con el semejante. A partir de ello, el proyecto tuvo como objetivo analizar la utilización que hacen los sujetos de dicha red y qué función cumple ésta actualmente. Partimos del supuesto de que por la propia estructura del ser hablante, *Facebook* no representan una solución a la falta de relación interpersonal, pregona la ilusión de una comunidad virtual entre los usuarios, los cuales tienen la creencia de que *Facebook* es un medio para impulsar las relaciones entre sujetos.

Lacan, en el Seminario XX, *Aún*, dará una sentencia: «no hay relación sexual» [6]. Cabe aclarar que este «no hay», se refiere no sólo a la relación entre los sexos, sino, a cualquier otro hecho humano. Entonces, no existe una correspondencia, ligazón, acuerdo, «no se da la relación, ya que solo a partir de allí puede enunciarse lo que suple a esta relación» [6, p.82]. Es decir, lo que existe son suplencias que hacen las veces de unión y es allí donde *Facebook* podría triunfar: otorgando la ilusión de la existencia de la relación. «El goce es el obstáculo insalvable para que la relación sexual pueda inscribirse de alguna manera» [7]. Una época que obliga al placer, al cambio, a la novedad, es una invitación a gozar sin límites. *Facebook* habilita esta posibilidad, no coloca impedimentos, pero la desmesura socava el encuentro con el otro. En la red se permite la construcción de personalidades virtuales mediante un perfil. Al usuario lo que le interesa es componerlo, armarlo y rearmarlo teniendo la convicción de un dominio sobre sí mismo,

control del que carecería si el cuerpo estuviese presente.

Lo que aquí se postula, entonces, es que más allá de facilitar los vínculos entre los sujetos, *Facebook* propicia la sobreexposición del goce de los mismos, dejando a la alteridad un papel secundario o directamente nulo. Más bien exhibe el apogeo de la personalidad, donde el sujeto queda atrapado en sus imágenes idealizadas.

Antecedentes para un estudio del fenómeno de redes

Históricamente, la sociedad se ha organizado en redes o grupos facilitando los procesos de intercambio e interacción. Dentro del campo de las ciencias sociales, una red social queda definida como una estructura compuesta por un conjunto de actores, tales como individuos u organizaciones, que están relacionados de acuerdo con algún criterio. Con el desarrollo de los estudios sobre redes sociales, la sociología enfoca la atención en las estructuras más que en los atributos. La nueva metodología estudia el todo y su influencia en las partes (y viceversa), y las relaciones de los individuos que conforman una red entre sí. De esta manera, se pierde espacio e influencia para la acción individual, porque la importancia está centrada en la estructura de la red. A partir de internet, las plataformas virtuales han importado este concepto, sumándole una nueva configuración determinada por la velocidad y virtualidad. De manera inédita en la historia, las interacciones que se proponen carecen de una presencia real, interrogando los modos de relacionarse que se han dado históricamente en el hombre.

En el año 2002 comienzan a popularizarse distintos sitios web que abren espacio a la aparición de las primeras comunidades virtuales. Actualmente las redes sociales más utilizadas son *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*, aunque van apareciendo nuevas en forma casi permanente.

Metodología

El abordaje metodológico se realizó a través

de entrevistas semi estructuradas en profundidad, con una duración no mayor a cincuenta minutos. Las mismas fueron administradas en una sala dentro de alguna sede de la Universidad. Las entrevistas fueron grabadas previa aceptación del sujeto. Junto a la grabación, se instrumentaron notas de campo de lo observado. Además, se les pidió autorización a los sujetos entrevistados para acceder a sus propias redes sociales y observar los contenidos publicados.

El análisis de las entrevistas se realizó sobre una muestra de estudiantes del IUCS Fundación H. A. Barceló, conformada de la siguiente manera: estudiantes de la carrera de medicina, 9 (nueve), estudiantes de la carrera de kinesiología, 6 (seis), estudiantes de la carrera de nutrición, 5 (cinco), estudiantes de la carrera de psicología, 3 (tres). Lo detallado previamente configura un muestreo no probabilístico por cuotas, el cual permite traducir a nivel cualitativo ciertas variables de nuestro interés de la población de estudiantes del IUCS, Fundación H. A. Barceló. Dicha muestra no es representativa, no permite obtener generalizaciones ni porcentajes. La investigación, al ser exploratoria y descriptiva, sólo puede arribar a conclusiones sobre ciertas tendencias en relación con el fenómeno estudiado. El criterio de inclusión fue: alumnos de ambos sexos, mayores de 18 años, estudiantes regulares del IUCS, de cualquier nacionalidad. El criterio de exclusión: alumnos que no permitan el ingreso a sus redes sociales.

A la vez, debido a la dificultad en el rastreo de ciertos mecanismos o funcionamientos no manifiestos en lo verbal durante una prueba piloto, concebimos un dispositivo proyectivo a través de una serie de láminas de aparición muy común en *Facebook*. El análisis de los datos comenzó con la transcripción de audios y fueron organizadas las notas de campo y las observaciones. Los datos se tabularon considerando ciertos criterios relacionados con la vincularidad y el comportamiento dentro de la red. Se focalizó la atención en los motivos de pertenencia a *Facebook*, así como en su utilización, y a qué tipo de relaciones pudieron establecer-

se en dicha red; también se tomó en cuenta de qué manera el entrevistado publica y cómo reacciona frente a las publicaciones de los demás.

Resultados

Al indagar la cuenta de *Facebook* de los sujetos entrevistados, observamos que no existieron diferencias entre lo manifestado y su desenvolvimiento en la red.

A partir de las respuestas pudimos inferir que por medio de *Facebook* los sujetos no conforman un fenómeno de masa sino que son la suma del yo de cada uno. Por este medio existe intercambio de publicaciones entre sujetos que se conocen previamente (de manera que la red no arma el vínculo), o entre sujetos que no se conocen y no llegan a lograrlo. El total de los entrevistados manifestó utilizar *Facebook* como un medio de comunicación o de acceso a información. De esta manera, el sujeto no es sólo un receptor pasivo de información sino que además la produce y la pone en circulación. Esta gran masa de información, al compartirse, se acumula desmedidamente. Esta puede producir un fenómeno de agrupamiento momentáneo, pero funciona a modo de catarsis individual. Además, respondieron que al compartir cierta información, ayudan al semejante, que podría interpretarse según la explicación de Sigmund Freud como una ilusión de ayuda mutua la cual no es falsa, sino que es la manifestación de un deseo narcisista.

La participación en *Facebook* está determinada en todos los casos, por un criterio de pertenencia sostenido desde la novedad de un nuevo medio de comunicación y vinculación. Dicha participación posee un carácter coercitivo determinando un adentro o una no existencia. Aparece así un imperativo que empuja al sujeto a formar parte de la red «Me registré en *Facebook* porque si no, no existía», «Todo el mundo se comunica por ahí y yo quedaba afuera», «Todo el mundo lo empezó a usar». Estos ejemplos citados, fueron el común de las respuestas. Además, este carácter coercitivo conlleva la delimitación de un solo espacio: el adentro

de la red.

Estar adentro se corresponde con una presencia absoluta la cual, sin escansión, sutura el intercambio presencia-ausencia necesario para todo vínculo. La conectividad permanente destierra las coordenadas básicas de conformación de lazos. En la misma línea, Freud en *Psicología de las masas y análisis del yo* [3], aclara que los hombres no soportan demasiada aproximación unos con otros. Agrega que toda relación íntima y prolongada posee hostilidad. Esta conexión permanente genera un fenómeno de transparencia. Así, todos pueden sentirse mirados, despertando sentimientos de paranoia, de competencia, agresividad o manipulación. La transparencia desmonta enigmas, condición para la conformación de lazos. Como correlato de ello aparece la certeza, siendo ésta productora de agresividad.

Los entrevistados desestimaron el interés por el semejante en el momento de publicar algún contenido, lo hacen por propio antojo e interés. Siguiendo a Giles Lipovetsky [10] encontramos en *Facebook* el modo de socialización que describe como centrado en el individuo. Lo que importa es lo que el emisor quiere decir, una despreocupación total, tanto por el receptor como por los contenidos publicados. Respecto de las publicaciones que realizan otros usuarios, los entrevistados manifestaron que sólo las observan y otorgan una respuesta según las opciones que propone *Facebook* (me gusta, me encanta). La modalidad de las mismas es automática, demostrando únicamente la presencia y la pertenencia a la red. El me gusta automatizado continúa con lo igual, imposibilita la irrupción de la diferencia, generadora ésta de un corte en el narcisismo. De esta manera, desaparece el otro entendido como diferencia y, por lo tanto, necesario para el establecimiento de lazos. En cuanto a la opción compartir, la misma se aplica respecto a «cosas relevantes, interesantes», según las manifestaciones de los entrevistados. Si al mismo le despierta interés, también lo supone entre sus contactos, a los cuales muchas veces ni siquiera conoce. Agregando a lo anteriormente dicho, las

conexiones digitales se sostienen por medio de identificaciones imaginarias, las cuales nunca conforman un conjunto coherente. El sujeto toma ocasionalmente tal o cual rasgo del semejante. Como efecto, se produce violencia, competencia, agresividad y falta de afirmación. Al ser efímeras, permiten al sujeto ir pasando por distintos contenidos sin identificarse firmemente a alguno. Por eso, estas identificaciones son un empuje al cambio constante, no hay un ideal bajo los cuales se reúnan los sujetos para conformar una masa.

Respecto al bloqueo de contactos: «si algo no me gusta lo elimino», según comentaron los usuarios. Si aparece la diferencia o la insatisfacción, el sujeto hace del otro un objeto más de consumo, lo desecha. A la vez, los usuarios manifestaron que bloquean a sus contactos: «Lo hago porque el otro lo hizo». Además, el ver dispone a la envidia por ser un sentimiento que se despierta cuando se contempla aquello con lo que el otro goza. Este sentimiento se manifestó en las láminas donde se mostraba una fiesta o la compra de un teléfono celular. Pero dijeron moderarla con bromas o comentarios «porque son mis amigos». Los lazos tiernos que genera la amistad recubren la hostilidad hacia el semejante. Si la publicación proviene de algún contacto con el cual no hay un lazo amistoso, la manifestación es envidia y en menor proporción, indiferencia. Para Arthur Schopenhauer la envidia de los hombres muestra su desdicha y su atención hacia lo que hacen los demás, representa su aburrimiento; traer este pensamiento del filósofo es pertinente dada la declaración de los entrevistados de observar las redes sociales cuando están aburridos.

La mitad de los casos manifestó, que utilizan *Facebook* cuando no tienen nada para hacer. La otra mitad dijo estar todo el tiempo dentro de la red. De cualquiera de las dos formas, los sujetos presentan una tendencia compulsiva al uso de las mismas pudiendo entenderse como un cierto goce adictivo y una permanente errancia.

Casi todos los usuarios participan en

Facebook observando las publicaciones del otro. Durante las conexiones digitales, la mirada está sustituida por el ojo que ve y queda fascinado con la imagen. A la vez, éstas no son semblantes y, por lo tanto, no recubren, ninguna reserva, la cual es constitutiva de la mirada. Esta continuidad induce apatía, banalizando hasta las que pueden ser catastróficas. Respecto al video que se les reprodujo a los usuarios, en el cual se mostraba un accidente y la imagen del sujeto desfigurado por el mismo, sólo dos de los sujetos entrevistados no lo terminaron de ver.

La abundancia de imágenes, además, aplasta al observador dejándolo sumido en la impotencia o la inhibición. Como ejemplo, una de las imágenes era la de un niño desnutrido, casi el total de los sujetos manifestaron cierta tristeza por no poder hacer nada por la situación; por lo tanto, «da lo mismo compartirla o no». El mismo sentimiento apareció con la imagen de un perro enfermo. Pero ésta, fue compartida y, de esa forma, «los demás ven que hago algo bueno». Baruch Spinoza observó que la compasión, la tristeza compartida, nos hace pasivos y disminuye nuestra capacidad de ser, de obrar y de pensar [2].

Los sujetos entrevistados también manifestaron que si tienen que comunicarse con un amigo no lo hacen por *Facebook*, ya que no lo consideran un medio de vinculación. Es así que discriminaron entre un contacto y un amigo. Los mismos usuarios admitieron que no existe el concepto de amistad en *Facebook*. De esto se desprende que «amigo» es una estrategia de marketing que instala la creencia en una mayor posibilidad de vinculación. La mayoría de los usuarios admitió poseer gran cantidad de contactos en su cuenta, rondando muchas de ellas los quinientos o seiscientos. Una comunidad no es la suma de individuos, sino de los lazos libidinales entre ellos, tal como indica Freud. Paradójicamente, si la red conlleva la posibilidad de vinculación e interacción, los usuarios, casi en su totalidad, manifestaron realizar cierta exclusión o tergiversación de datos personales. Por lo tanto, lo que se configura

es una imagen óptima pudiendo transformarse a gusto debido a la falta de cuerpo. Este cambio en el perfil, además, está sostenido desde la falta de confianza y respeto por el otro, aspecto necesario para el establecimiento de vínculos.

La misma imagen del niño desnutrido con un pedido de donación de dinero produjo algo diferente en los usuarios. Manifestaron desconfianza; otros enojo, «porque me quieren manejar». Para vincularse, los sujetos deben tener confianza unos en otros y la misma no puede sostenerse desde el anonimato. Según los resultados de las entrevistas, no se han encontrado diferencias entre los usuarios estudiantes de distintas carreras.

Conclusión

En *El reverso del Psicoanálisis*, Jacques Lacan define con «esas pequeñas cosas», los «gadgets u otros» [8, p.160], esos objetos que se volverán condición de existencia y por lo tanto, indispensables. En esta misma línea, manifestará en su tercera conferencia en Roma, que la ciencia «nos coloca gadgets entre los dientes...» (a la mayoría, al menos) «...en lugar de aquello que nos falta», «encubriendo lo que nos falta con una cortina de humo tecnológico» [9, p.107]. De haber existido *Facebook* cuando Lacan pronunció sus discursos, seguramente lo hubiera incluido en su noción de *gadget*.

«Encubriendo lo que nos falta», *Facebook* es humo tecnológico, «es un vende humo», vulgarmente hablando, ya que se exhibe queriendo demostrar lo que no es. Porque por más humo que intenten venderle, al ser hablante no puede suplirle lo que le falta. Contrariamente, en su intento de sutura, *Facebook* señala la desdicha del hombre en su esfuerzo por cubrir la falta y despliega por medio de pantallas, la lucha por la construcción de una personalidad distinguida, ergo, la falta de relación.

En un entorno sometido a los imperativos de cambio y novedad, *Facebook* es el instrumento apropiado para el desarrollo de la subjetividad actual. Una de sus manifesta-

ciones es la cantidad y el contenido de las publicaciones. Éstas, plagadas de opiniones, anuncian el fin de una suposición de saber que funcione como referencia. Sin referencias, no hay identificación a ningún ideal, ante el cual se aúnen los sujetos. Sólo existe una mezcla de identificaciones imaginarias lábiles y efímeras, siendo más bien, identificaciones a formas de gozar. El sujeto se transforma en un errante entre contenidos favorecido por la velocidad del medio tecnológico. Es así como se consolida una comunidad virtual de goce y no un sistema comunitario con ideales.

Facebook, es entonces el compañero cómplice debido a que abre la posibilidad de hacer allí lo que al sujeto le plazca. Es así que el usuario se transforma en un autista encerrado en el refugio de su goce y de modo paradójico cree estar con otros. De paso, evita lo contingente del encuentro con el semejante, ahorrándose la incomodidad que podría presentarse.

Otra forma de despliegue de la subjetividad es la cantidad. Lo contable, no escapa a la lógica de la eficiencia y el rendimiento propio de la época actual, donde queda desalojada la causa del sujeto. Cantidad de publicaciones, cantidad de me gusta. Cantidades que generan ansiedad por la espera de reconocimiento en el «me gusta». Pero no sólo esto, la cantidad de publicaciones elimina el silencio, la reserva, categorías centrales para la consolidación de vínculos.

Contados y contactos en la red. Aristóteles [1] jamás se hubiera podido imaginar que la amistad se estableciera sin cuerpo, sin presencia.

La designación de amigo en la red sólo sostiene la ilusión de la existencia de la relación. Pero lo que se comprueba es que a falta de cuerpo, el verdadero gestor de los lazos, sólo se produce un intercambio entre perfiles virtuales o con el propio perfil tratando de superarse a sí mismo. Al no existir el lazo los sujetos pasan a ser objetos consumibles, vagabundeando entre miles de perfiles o imágenes

que pueden ser elegidos o desechados.

Byung-Chul Han, en *La agonía del Eros*, plantea que en un mundo de posibilidades ilimitadas, no es posible el amor [4]. *Facebook* justamente, crea un mundo de oportunidades sin barreras. La insistencia en aparecer y la impresión que se busca producir, agotan el interés del otro. La vergüenza, la timidez, el pudor, como efectos de lo íntimo y de la existencia de un límite, son entendidos como inclinaciones fuera de moda.

Es tenido como atributo de *Facebook* que produce eliminación de las distancias. Pero, en lugar de producir cercanía, la destruye. El juego entre lejos y cerca se genera por medio de una discontinuidad, ausente en la presencia permanente. Sin distancia tampoco hay intimidad, lo privado y lo público están mezclados. Es así como no hay respeto, el cual supone que lo público se aleje de lo privado. Además, el respeto siempre está ligado a un nombre, lo cual supone que los perfiles, esos nombres en anonimato, no implican respeto.

Facebook funciona engañando: el sujeto se extravía en la creencia de una interacción virtual pero lo que hace es exhibir su personalidad. Como respuesta a ello, el otro también lo hace, produciéndose una superposición veloz de uno sobre otro, obstaculizando los lazos y triunfando la paranoia.

Además de todo lo dicho, *Facebook* al poder instalarse en cualquier dispositivo otorga una sensación de relación permanente con el otro que en verdad vela una relación adictiva, compulsiva con la red.

En líneas generales, *Facebook* es expresión del tiempo actual, donde el sujeto se rellena con cantidades de contenidos. Para ello, se enreda en una búsqueda sin freno, ni objetivo ni meta. Búsqueda entre contenidos, entre imágenes, entre comentarios, sin afirmación ni identificaciones que consoliden un ideal para que una comunidad se reúna tras él. *Facebook* expone la inexistencia del Otro.

Referencias

1. Aristóteles. *Ética a Nicómaco*. Madrid: Gredos; 1993.
2. Deleuze G. *En medio de Spinoza*. Buenos Aires: Cactus; 2008.
3. Freud S. *Obras completas: Psicología de las masas y análisis del yo*. Buenos Aires: Amorrortu; 1991.
4. Han B. *La agonía del Eros*. Barcelona: Herder; 2014.
5. Lacan J. *El seminario de Jacques Lacan: libro 2: El yo en la Teoría de Freud y en la técnica psicoanalítica*. Buenos Aires: Paidós; 2008.
6. Lacan J. *El seminario de Jacques Lacan: libro 20: Aún*. Buenos Aires: Paidós; 2008.
7. Lacan J. *El seminario de Jacques Lacan: libro 21: Los no incautos yerran. Versión inédita: 1973*.
8. Lacan J. *El seminario de Jacques Lacan: libro 17: El reverso del psicoanálisis*. Buenos Aires: Paidós; 1996.
9. Lacan J. *La Tercera*. En: *Intervenciones y Textos 2*. Buenos Aires: Manantial; 1988. pp.73-108.
10. Lipovetsky G. *La era del vacío*. Barcelona: Anagrama; 2006.