



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE PSICOLOGÍA, EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN
CARRERA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA**

TEMA:

**Redes sociales y procesos de identificación en adultos jóvenes de Guayaquil
que atravesaron la adolescencia durante la pandemia.**

AUTORAS:

**Correa Vélez, Alejandra Francisca
Mendieta Noboa, Maria Laleska**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
LICENCIADA EN PSICOLOGÍA CLÍNICA**

TUTOR:

Psi. Cl. Rojas Betancourt, Rodolfo Francisco

Guayaquil, Ecuador

6 de septiembre del 2026



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE PSICOLOGÍA, EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN
CARRERA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Correa Vélez, Alejandra Francisca; Mendieta Noboa, Maria Laleska**, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciada en Psicología Clínica**.

TUTOR

Psi. Cl. Rojas Betancourt, Rodolfo Francisco

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____

Psic. Cl. Estacio Campoverde, Mariana de Lourdes, Mgs.

Guayaquil, a los 6 días del mes de septiembre del año 2026



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE PSICOLOGÍA, EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN
CARRERA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, **Correa Vélez, Alejandra Francisca**
Mendieta Noboa, Maria Laleska

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación, **Redes sociales y procesos de identificación en adultos jóvenes de Guayaquil que atravesaron la adolescencia durante la pandemia**, previo a la obtención del título de **Licenciada en Psicología Clínica**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 6 días del mes de septiembre del año 2026

AUTORAS

f. 

Correa Vélez, Alejandra Francisca

f. 

Mendieta Noboa, Maria Laleska



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE PSICOLOGÍA, EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN
CARRERA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA

AUTORIZACIÓN

Nosotras, **Correa Vélez, Alejandra Francisca**
Mendieta Noboa, Maria Laleska

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Redes sociales y procesos de identificación en adultos jóvenes de Guayaquil que atravesaron la adolescencia durante la pandemia**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 6 días del mes de septiembre del año 2026

AUTORAS:

f. 

Correa Vélez, Alejandra Francisca

f. 

Mendieta Noboa, Maria Laleska



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE PSICOLOGÍA, EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN
CARRERA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA

INFORME DE ANÁLISIS COMPILATIO



Informe de análisis

Compilatio Magister+ | UCSG-EC- Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Redes sociales y procesos de identificación en adultos jóvenes de Guayaquil que atravesaron la adolescencia durante la pandemia

ID : 56bc3c73ee57dc2cb36ac5647e101356c7cc9d77



0%

Textos
sospechosos

Nombre del fichero : Redes sociales y procesos de identificación en adultos jóvenes de Guayaquil que atravesaron la adolescencia durante la pandemia.txt
Tamaño del archivo original : 3,46 MB
Número de palabras : 42.259

Depositante : Alejandra Francisca Correa Vélez
Autor : Maria Laleska Mendieta Noboa, Alejandra Francisca Correa Vélez
Fecha de depósito : 24 de agosto de 2026
Tipo de carga : url_submission
fecha de fin de análisis : 25 de agosto de 2026

Resumen (sección 1/3)

Localización de los textos sospechosos en el documento :



TÍTULO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN: Redes sociales y procesos de identificación en adultos jóvenes en Guayaquil que atravesaron la adolescencia durante la pandemia.

AUTORAS: Correa Vélez, Alejandra Francisca; Mendieta Noboa, Maria Laleska

INFORME ELABORADO POR:

TUTOR

f. _____

Psi. Cl. Rojas Betancourt, Rodolfo Francisco

Guayaquil, a los 6 días del mes de septiembre del año 2026



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE PSICOLOGÍA, EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN
CARRERA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA

AGRADECIMIENTO

Correa Vélez, Alejandra Francisca:

Después de tantas cavilaciones, puedo concluir que: la vida es bella. Bella porque me ha permitido experimentar y compartir una alegría sin nombre. Agradezco a mi familia, por ser refugio, inspiración y compañía a lo largo de este camino. Agradezco también el amor que me acogió durante estos años y que hizo más habitable su trayecto. A María, mi amiga más querida, por acompañarme en este logro y durante todo este camino; a mis amigos y a todas las personas que fueron parte de este proceso, que vieron mi cambio y me acogieron con cariño. Agradezco también a nuestro tutor, Rodolfo, por guiarnos y acompañarnos incluso en los momentos más limitantes de esta experiencia. Hoy termina una etapa, aunque no siento que algo termine: hay cosas que simplemente mutan dentro de nosotros. Avanzamos llevando con nosotros aquello que fuimos y agradeciendo que alguna vez haya existido. Por todo ello, solamente puedo decirlo así: gracias.

Mendieta Noboa, Maria Laleska:

Quiero agradecerle a mi mamá, por siempre haber acompañado mi educación, por mantener un hogar al que puedo llegar a descansar, y ser quien siempre me ha apoyado para seguir mis sueños. A mis amigos por brindarme risas, experiencias, y recordarme cómo es realmente vivir. Además, gracias a una de mis mejores amigas y compañera de tesis, Alejandra, con quien he compartido este proyecto tan importante, motivándonos con risas, cubriendo las debilidades de la otra y haciendo brillar cada una de nuestras fortalezas. A nuestro tutor de tesis, por habernos guiado con su conocimiento para lograr sacar adelante este proyecto.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE PSICOLOGÍA, EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN
CARRERA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA

DEDICATORIA

Correa Vélez, Alejandra Francisca:

Dedico este trabajo a aquella persona que, sin comprender el psicoanálisis, terminó encontrando en él uno de sus más grandes cariños; a quien, pese a las dificultades y a los momentos en que no sabía cómo responder, nunca encontró en el rendirse una opción. A la joven de dieciocho años que se encontraba frente a una encrucijada, con aquello que todavía no podía nombrar, y que, al escribir este trabajo, volvió la mirada hacia su adolescencia para encontrar, entre sus azares, preguntas y desencuentros, algo de sí misma. Lo dedico también a quienes aún buscan un lugar en el mundo y un reconocimiento en el Otro; a mi familia, por confiar siempre en mí y acompañarme, y a aquella divinidad a la que recurrí en los momentos determinantes. Esta dedicatoria es apenas un pequeño espacio de todo aquello que el lenguaje me alcanza para decir.

Mendieta Noboa, Maria Laleska:

Este logro está dedicado a quien nunca se rindió, a quien encontró risas y pasión a pesar de todo, que desde que supo lo que quería nunca se rindió para lograr su sueño; quien a pesar de las dificultades se volvió a levantar. Hoy quiero decirte que lo logramos, que siempre pudimos, que valió la pena y que llegamos hasta aquí con más de lo que empezamos. También se la dedico a mi mamá, quien me ha acompañado siempre, cuidándome y haciendo las cosas más fáciles cuando todo se volvía abrumante. A mis amigos, quienes durante todo este camino se volvieron mis personas, mi gente, mi lugar de risas y de ver la vida con luz y de mejor forma. Y finalmente a mis pasatiempos, que durante esta etapa me ayudaron a crecer y a sentirme cómoda conmigo misma.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE PSICOLOGÍA, EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN
CARRERA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

(NOMBRES Y APELLIDOS)

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

(NOMBRES Y APELLIDOS)

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

(NOMBRES Y APELLIDOS)

OPONENTE

ÍNDICE

RESUMEN.....	XIII
ABSTRACT.....	XIV
INTRODUCCIÓN	2
Formulación del Problema	4
Preguntas de Investigación.....	6
Pregunta general.....	6
Preguntas específicas	6
Objetivos de la investigación	6
<i>Objetivo General</i>	6
<i>Objetivos Específicos</i>	6
Justificación.....	6
ANTECEDENTES.....	9
CAPÍTULO 1 Los procesos de identificación en la adultez joven	14
1.1. Adulto joven: origen, definición y características.....	14
1.2. Definición e implicaciones de la adultez joven desde el psicoanálisis.	15
1.3 Las identificaciones.....	17
1.4. Los procesos de identificación en los adultos jóvenes.....	19
CAPÍTULO 2 Redes sociales y adultos jóvenes.....	23
2.1. Redes sociales: origen y funcionamiento.	23
2.2. Clasificación de las redes sociales.	25
2.2.1 Redes sociales más relevantes.....	26
2.3. Influencia de las redes sociales en la sociedad actual.	27
2.4. Pandemia: antes y después con relación al uso de redes sociales.	29
CAPÍTULO 3 Redes sociales como fuente de identificaciones en adultos jóvenes .	33
3.1. El papel del goce en la compulsión al uso de redes sociales.	33
3.1.1. El concepto de goce en la enseñanza de Jacques Lacan.	34
3.1.1.1. La inutilidad del goce y el mandato del superyó.....	35
3.1.1.2. El cuerpo como sustancia gozante.	36
3.1.1.3. El goce ante la “no relación sexual”: el goce fálico siendo un obstáculo.	37
3.1.1.3.1 El goce del idiota.....	37
3.1.1.3.2. El goce de una “parte” del cuerpo.	38
3.1.1.3.3. La suplencia	38
3.1.1.3.4. La función de lo escrito.....	39
3.1.2. La angustia y el objeto a: Precisiones desde el Seminario 10.....	39
3.1.2.1. El único afecto que no miente: La angustia frente a la liquidez.	39
3.1.2.2. El objeto a como el resto: El motor de la búsqueda incesante.	42
3.1.2.3. El triunfo del objeto: Sujeto colonizado.....	43
3.1.3. Gil Caroz: de la repetición a la reiteración del goce	44
3.1.4. Aplicación de lógicas al uso compulsivo de redes sociales.	46
3.2. Las redes sociales como fuente de identificaciones en adultos jóvenes.	50
3.2.1. Aesthetic: las identificaciones contemporáneas.....	50
3.2.2. La masa y el enjambre: las redes sociales como espacios para ser alguien.	52
3.3. Las manifestaciones subjetivas en la virtualidad.	53
3.3.1. El discurso capitalista: el imperativo contemporáneo.....	56
CAPÍTULO 4 Metodología.....	59
4.1. Enfoque de la Investigación	59

4.2. Alcance de la investigación.....	59
4.3. Paradigma.....	59
4.4. Población.....	60
4.5. Técnicas de recolección de datos	60
4.6. Instrumentos.....	62
CAPÍTULO 5 Presentación y análisis de resultados	63
5.1. Presentación y Análisis de resultados.	63
5.1.1. Eje 1. Uso de las redes sociales.....	64
5.1.1.2. Significado subjetivo de las redes sociales.	70
5.1.2. Eje 2. Influencia de las redes sociales: Autenticidad, tendencias, y la mirada del Otro.....	73
5.1.3. Eje 3. Redes sociales como fuente de identificaciones	78
5.1.4. Eje 4. Reconocimiento social: El goce de las redes sociales.	83
5.1.5. Eje 5. Impacto de la pandemia en la adolescencia y en el proceso de identificación.....	87
5.1.6. Eje 6. Los significantes del Otro en redes sociales: congruencia entre las identificaciones propias y las manifestaciones subjetivas en línea.....	91
CONCLUSIONES	96
REFERENCIAS.....	100
ANEXOS.	105

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Modalidades de Identificación según Fred. Elaboración propia en base al texto “Psicología de las masas”.....	18
Tabla 2. Diferenciación entre repetición y reiteración. Elaboración propia en base a Caroz (2018).....	46
Tabla 3. Elementos de los discursos psicoanalíticos. Elaboración propia a partir de Cardona (2020).....	56
Tabla 4. Cohortes de los resultados de la encuesta. Elaboración propia.....	63
Tabla 5. Respuestas de la pregunta 6 de la encuesta. Elaboración propia.	65
Tabla 6. Respuestas de la pregunta 7 de la encuesta. Elaboración propia.	66
Tabla 7. Respuestas de la pregunta 8 de la encuesta. Elaboración propia	69
Tabla 8. Respuestas de la pregunta 9 de la encuesta. Elaboración propia.	71
Tabla 9. Respuestas de la pregunta 22 de la encuesta. Elaboración propia.	73
Tabla 10. Respuestas de la pregunta 24 de la encuesta. Elaboración propia.	73
Tabla 11. Respuestas de la pregunta 34 de la encuesta. Elaboración propia.	74
Tabla 12. Respuestas de la pregunta 15 de la encuesta. Elaboración propia.	78
Tabla 13. Respuestas de la pregunta 28 de la encuesta. Elaboración propia.	79
Tabla 14. Respuestas de la pregunta 14 de la encuesta. Elaboración propia.	84
Tabla 15. Respuestas de la pregunta 26 de la encuesta. Elaboración propia.	84
Tabla 16. Respuestas de la pregunta 30 de la encuesta. Elaboración propia.	87
Tabla 17. Respuestas de la pregunta 32 de la encuesta. Elaboración propia.	87
Tabla 18. Respuestas de la pregunta 36 de la encuesta. Elaboración propia.	88
Tabla 19. Respuestas de la pregunta 11 de la encuesta. Elaboración propia.	91
Tabla 20. Respuestas de la pregunta 13 de la encuesta. Elaboración propia.	91
Tabla 21. Respuestas de la pregunta 16 de la encuesta. Elaboración propia.	91
Tabla 22. Respuestas de la pregunta 18 de la encuesta. Elaboración propia.	92
Tabla 23. Respuestas de la pregunta 20 de la encuesta. Elaboración propia.	92

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Discurso del Amo. Extraída del artículo de Cardona (2020)	57
Figura 2. Discurso Capitalista. Extraída del artículo de Cardona (2020)	57

RESUMEN

El presente trabajo investigativo aborda la influencia de las redes sociales en los procesos de identificación de adultos jóvenes contemporáneos, un tema relevante para pensar la construcción subjetiva actual, marcada por identificaciones del lado de la liquidez, tras atravesar la adolescencia —momento clave para la construcción de su sistema identificador— durante la pandemia, que derivó en un uso prolongado y normalizado de estas plataformas. El objetivo general del trabajo fue analizar dicha influencia mediante el uso de revisión bibliográfica y trabajo de campo, con la finalidad de identificar los efectos que produce en la subjetividad del sujeto. Para ello se empleó un enfoque cualitativo con alcance descriptivo, el cual se sustenta en un análisis teórico, encuestas y en un grupo focal con jóvenes de 18 a 23 años. Los hallazgos muestran que las redes sociales ya no solo cumplen la función de herramienta, sino que, al mismo tiempo, se viven como una extensión del entorno en que el sujeto se desarrolla, generando una relación cargada de sentimientos ambivalentes. Factores como la edad durante la pandemia, el entorno y la construcción subjetiva particular de cada sujeto determinan si este uso funciona como una herramienta facilitadora para la construcción de identificaciones, si estas devienen permeables, creando una narrativa defensiva; o si se viven como un campo consciente de inspiración y validación de la construcción subjetiva.

Palabras Clave: Identificaciones; Redes sociales; Modernidad líquida; Construcción subjetiva; Compulsión.

ABSTRACT

The present research work examines the influence of social media on the identification formation processes of contemporary young adults, a relevant topic for understanding current subjective construction —characterized by fluid forms of identification— after they navigated adolescence —a key moment in the construction of their identity system— during the pandemic, which led to prolonged and normalized use of these platforms. The overall objective of this study was to analyze this influence through a literature review and fieldwork, with the aim of identifying the effects it has on the subject's subjectivity. To this end, a qualitative approach with a descriptive scope was employed, grounded in theoretical analysis, surveys, and a focus group with young adults aged 18 to 23. The findings show that social media no longer serves merely as a tool but is also experienced as an extension of the environment in which the individual develops, generating a relationship fraught with ambivalent feelings. Factors such as age during the pandemic, the environment, and each individual's unique subjective construction determine whether this use functions as a tool that facilitates the construction of identifications, whether these identifications become permeable, creating a defensive narrative; or whether they are experienced as a conscious space that inspires and validates subjective construction.

Keywords: Identifications; Social media; Liquid modernity; Subjective construction; Compulsion

INTRODUCCIÓN

Las redes sociales se han convertido en uno de los pilares principales de la comunicación e interacción en la actualidad, pues su inmediatez y fácil acceso han posibilitado un acercamiento impresionante entre individuos e información; pero ¿qué sucede cuando estas sobrepasan el campo de la comunicación y se infiltran más allá: en nuestros gustos, en quienes somos, ¿en nuestras identificaciones? Las identificaciones se conciben como aquellos significantes —de los otros, del entorno, etc.— que al sujeto le resuenan de una manera particular y en tanto los adopta para sí mismo, armando un conjunto de estas que le permiten tener una idea clara de quién es y de cómo hacer con el mundo, reflejando así una construcción subjetiva que da cuenta de la particularidad de cada sujeto. Las redes sociales se han posicionado como el medio preferido de los adolescentes y adultos jóvenes para comunicarse, relacionarse e interactuar; creando nuevas dinámicas de interacción (likes, stickers, etc.) y formas de expresión —reposteos que replican las palabras de un otro, tendencias y aesthetics—, brindando nuevos caminos más allá de lo tradicional, generando espacios que permiten construir otras formas de subjetividades.

No obstante, estos nuevos caminos están mediados por la cualidad imaginaria de las redes sociales, pues estas plataformas se caracterizan por priorizar aquello llamativo visualmente, por su calidad líquida y capitalista, pues estas se encuentran en constante movimiento, con un contenido que cambia constantemente en busca de aquello nuevo, de aquello “mejor” y de lo que mueva al sujeto a consumir constantemente. Por esto, el presente trabajo aborda a las redes sociales como otro factor primordial para el estudio de los procesos de identificación y la construcción subjetiva de los jóvenes y adultos contemporáneos, ya que su relevancia actual las posiciona junto a variables como la familia, la educación y el entorno social físico para entender la construcción y las manifestaciones de estas identificaciones en tiempos contemporáneos.

Por lo tanto, la finalidad de esta investigación es analizar la influencia del uso de las redes sociales en los procesos de identificación en adultos jóvenes, y cuáles son las implicaciones y posibles efectos de su uso actual en relación con su construcción subjetiva. Para un entendimiento mayor acerca de las coordenadas sociales que han permitido esta evolución de las redes sociales se recopilan teorías de sociólogos y filósofos como Bauman y Byung Chul Han, quienes realizan una caracterización de la

época posmoderna y cómo esta ha cambiado las formas de vida de los sujetos. Y, se recopilan propuestas de teóricos psicoanalíticos como Lacan, Freud y Barrionuevo, quienes explican el proceso de construcción subjetiva, identificaciones y cómo estas se dan tomando en consideración el entorno del sujeto.

Este trabajo responde a intereses profesionales y teóricos desde la psicología, pues este fenómeno resulta especialmente relevante en etapas sensibles para la consolidación de las identificaciones, elemento clave cuando se trata con la subjetividad de los individuos. También responde a intereses personales y sociales, pues en la contemporaneidad, el amplio uso de plataformas virtuales de carácter social se ha normalizado y consolidado como uno de los principales medios de comunicación, reconocimiento y validación personal, lo que ha modificado de manera significativa la forma en que los sujetos se perciben a sí mismos y se vinculan con los otros y con la sociedad.

La investigación guarda relación con el Dominio 5 de Educación, comunicación, arte y subjetividad de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (2022) debido a que:

Este dominio tiene un concepto articulador que se convierte en eje configurador de los sistemas conceptuales de las disciplinas científicas que están involucradas en su objeto de estudio y es la subjetividad. Entendemos la subjetividad como el proceso de construcción de sentido a lo largo de la vida, que involucra el aprendizaje, la cultura y la comunicación. (párr. 2)

En este sentido, las redes sociales se ubican como un factor que configura la forma en que los adultos jóvenes se expresan, influyendo en la forma en cómo se ven a sí mismos, al Otro y al entorno que los rodean.

Este proyecto se relaciona con el eje social del “Plan nacional de desarrollo: Ecuador no se detiene 2025-2029” (Secretaría Nacional de Planificación, 2025) donde “se propone fortalecer la cohesión social, la resiliencia y el desarrollo humano (...) articulando esfuerzos en salud, educación, inclusión económica, protección social, (...) el fortalecimiento de capacidades individuales y comunitarias, y la consolidación de una sociedad más equitativa, justa, y solidaria” (p. 77). Y, de forma más específica, este proyecto sigue el objetivo 1 de este eje: “Mejorar el bienestar social y la calidad de vida de la población, para garantizar el goce efectivo de los derechos y la reducción de las desigualdades,” el cual busca garantizar el desarrollo integral, el derecho a la

salud y una vida digna a la población (Secretaría Nacional de Planificación, 2025, p. 120).

Considerando que la salud va más allá de lo orgánico, con este eje y objetivo el Estado también vela por el cuidado de otras dimensiones relevantes para lograr las condiciones necesarias para una vida digna, tales como lo es la salud mental y el desarrollo social. Como psicólogos, nos encontramos con la tarea de actualizarnos constantemente acerca de los malestares contemporáneos, puesto que no se puede pensar en tratar al sujeto sin considerar el entorno que lo atraviesa; solo así es posible brindar un espacio que acoja verdaderamente el malestar subjetivo del sujeto. Es en tanto esto que este trabajo de investigación adquiere relevancia al responder a este eje y objetivo, habilitando un espacio en la clínica que responda a los problemas de los jóvenes contemporáneos, puesto que las redes sociales no se viven como una herramienta aislada, sino que se han integrado como elemento de especial relevancia para la construcción subjetiva.

Formulación del Problema

El uso del internet y, por consiguiente, de las redes sociales, ha tenido un aumento exponencial en los últimos años, pues la pandemia de COVID-19 trajo no solo un uso masivo de redes sociales, sino que las posicionó como uno de los elementos primordiales para la vida cotidiana. Herrera (2025) señala que la principal actividad que se realiza en internet está relacionada al uso de las redes sociales, ocupando esta un 82,8% de la actividad en línea en Colombia. Mientras que en Ecuador, el estudio de Carrión & Usiña (2025) señala que las estadísticas sobre la presencia de redes sociales a nivel cotidiano alcanzan niveles superiores al 70% de la población a nivel nacional, especificando que actualmente las plataformas más usadas por las generaciones más jóvenes (younger millennials y centennials) son TikTok e Instagram, un resultado que demuestra no solo el dominio que tiene el contenido audiovisual de corta duración en los jóvenes actuales; sino que también refleja el cambio en los hábitos de consumo de contenido multimedia, cobrando una mayor relevancia el contenido con plataformas visualmente dinámicas, interactivas y de contenido de corta duración.

Otro aspecto que considerar al estudiar el comportamiento humano en la actualidad tiene que ver con las características del periodo histórico que se está viviendo, el cuál en este caso se alinea con la Modernidad líquida. El artículo *La individualidad líquida*

en tiempos posmodernos (Quintana Suarez et al., 2024) explica este concepto, acuñado por Bauman, como una forma de pensar en la transformación de las grandes estructuras sociales en la era actual. La modernidad líquida describe cómo las instituciones, las relaciones humanas y hasta las identidades se han transformado hasta llegar a ser más fluidas y cambiantes, esto a causa de factores como la globalización, un sistema ultra capitalista que empuja hacia el consumo, y el avance tecnológico que ha traído una sociedad donde impera la rapidez y la información. A pesar de que la teoría de Bauman ya tiene poco más de dos décadas, esta modernidad líquida se ha mantenido, e incluso exponenciado debido a la “velocidad del movimiento”, esto gracias a que el poder ahora se mueve con la señal electrónica, la cual no ha hecho más que progresar, reduciendo así todo a la instantaneidad.

Este cambio de paradigma, sumado a la gran relevancia que han cobrado las redes sociales, ha generado una priorización de lo imaginario (las “aesthetics”) por sobre lo simbólico (el mensaje, los significados profundos); esto gracias a los múltiples ideales actuales, cambiantes conforme a lo que populariza un algoritmo y centrados en lo visual, han generado lo que se puede observar como “identificaciones líquidas”. Las redes sociales han convertido la construcción subjetiva en algo que debe ser rápido y registrado, donde el foco ha pasado de compartir el proceso de construcción propia que se va armando, a una inclinación por seguir constantemente lo que está en tendencia actualmente; ya no es simplemente expresión propia, sino una lucha feroz por mantenerse al día con las tendencias, una constante actividad performativa curada cuidadosamente para no ser ignorados socialmente más que una expresión auténtica del propio ser.

De esta manera, los procesos de identificación de los jóvenes adultos, quienes son principales usuarios de redes sociales, se ven comprometidos, colocando incluso en riesgo la elaboración de una construcción subjetiva sólida debido a la relevancia que han cobrado estas plataformas desde su adolescencia, durante la pandemia, hasta la actualidad. El artículo de Vargas et al. (2025) explica que las redes sociales se han vuelto espacios simbólicos donde los jóvenes no solo logran comunicarse, sino también explorar quienes son, volviendo la construcción subjetiva un proceso más dinámico. No obstante, también advierte los riesgos asociados a estas redes sociales, especialmente en etapas sensibles de la construcción subjetiva (ej. adolescencia), pues esta exploración de identificaciones está mediada por las lógicas de funcionamiento de estos espacios digitales, los cuales son algorítmicos, capitalistas, y primordialmente

imaginarios (ej. representaciones idealizadas, estándares de visibilidad y popularidad que regulan un sentimiento de validación, etc).

Preguntas de Investigación

Pregunta general

¿Cómo influyen las redes sociales en los procesos de identificación en jóvenes adultos contemporáneos?

Preguntas específicas

- ¿Cómo se dan los procesos de identificación en los jóvenes adultos?
- ¿Qué papel juegan las redes sociales en la vida de los adultos jóvenes contemporáneos?
- ¿Cómo se manifiestan las identificaciones en los adultos jóvenes en la actualidad?

Objetivos de la investigación

Objetivo General

Analizar la influencia de las redes sociales en los procesos de identificación en adultos jóvenes contemporáneos, mediante revisión bibliográfica y trabajo de campo, con el fin de identificar los efectos que dichas plataformas producen en la subjetividad.

Objetivos Específicos

- Explorar los componentes psicológicos que influyen en los procesos de identificación en la adultez joven.
- Analizar el rol y los patrones de uso de las redes sociales en la vida de los adultos jóvenes contemporáneos.
- Determinar las formas en que se manifiestan las identificaciones en adultos jóvenes usuarios de redes sociales, y sus posibles implicaciones a nivel subjetivo.

Justificación

Este proyecto se realiza por la observación de una problemática real, identificada a nivel bibliográfico y en diferentes prácticas clínicas: adolescentes y adultos jóvenes en quienes se logra ver el uso de jerga y tendencias predominantes de redes sociales a través de su discurso y expresiones propias (vestimenta, gustos, etc); lo que constituye un fenómeno clínico y sociocultural susceptible de observación empírica e

intervención profesional. En medio de los scroll por las redes sociales se observa una afluencia de adultos jóvenes cuyos perfiles reflejan una inclinación a mantenerse al día con las múltiples tendencias que aparecen en el algoritmo, perfiles cada vez más curados donde lo que prevalece es el aspecto visual más allá de una expresión que dé cuenta de lo particular propio del sujeto, apoyada en un registro imaginario más que en un registro simbólico.

Así, con esta investigación se pretende explorar sobre la influencia de las redes sociales en la construcción subjetiva, más específicamente en las identificaciones, de los jóvenes adultos, puesto que hay una prevalencia en integrar el contenido visto en redes sociales a otros aspectos de la vida del sujeto, gracias al empuje del algoritmo y del sistema capitalista a consumir constantemente.

Esta propuesta de articulación teórica se apoya en conceptos como la modernidad líquida y el predominio de lo imaginario sobre lo simbólico, conceptos claves para explicar la dinámica y perpetuación del fenómeno. Estos conceptos se articulan con resultados empíricos que describen patrones de uso que ponen en evidencia el uso desmedido de estas mismas. Las prevalencias de consumo cotidiano, que superan el 70%, cuantifican la problemática y a su vez, muestran una brecha entre los diagnósticos clínicos disponibles y las respuestas de intervención actualmente formuladas.

En esta línea, esta investigación es necesaria para lograr contribuir y realizar lecturas más precisas sobre la influencia que tienen las redes sociales en la subjetividad. Permitiendo conocer las formas en que se construyen las identificaciones actuales al verse atravesadas por el uso de redes sociales como elemento prácticamente indispensable en la vida cotidiana. Por ello, esta investigación da una apertura a nivel clínico, permitiendo una comprensión del panorama sociocultural actual y cómo éste produce efectos sobre lo singular del sujeto.

Metodológicamente, la investigación se realiza desde un enfoque cualitativo, y bajo el paradigma hermenéutico fenomenológico. Para la recolección de información y datos se utilizaron 3 herramientas: la revisión bibliográfica (artículos científicos, libros, etc.) en conjunto con trabajo de campo desde 2 aristas: la encuesta cualitativa y 1 grupo focal. El trabajo de campo se desarrolla con jóvenes universitarios entre 18-23 años quienes atravesaron su adolescencia (12-17 años) durante la pandemia COVID-19.

Es en tanto que la época que atravesamos está marcada por una tendencia a la inmediatez y atravesada por la caída de los referentes simbólicos; los ideales sociales se presentan como fluctuantes y carentes de una consistencia, sosteniéndose desde lo imaginario, lo que incide directamente en los procesos de subjetivación de los adultos jóvenes. Es en este contexto donde se vuelve pertinente un abordaje que no solo se limite a la descripción de conductas observables, sino que permita articular dichas manifestaciones y sus efectos subjetivos. Por ello, el abordaje desde la psicología apunta a leer esas manifestaciones en relación con sus efectos en la constitución subjetiva, y como la primacía de lo imaginario se refleja en las formas contemporáneas de inscripción del sujeto.

A partir de esto, se dividió este trabajo investigativo en cinco capítulos, de forma que, además de lograr comprender los conceptos teóricos trabajados, se pueda sostener un hilo temático que permita la comprensión teórico-práctica del fenómeno estudiado: en el primer capítulo se caracteriza al adulto joven, contextualizado esta población y sus implicaciones desde la mirada social y psicológica. Y se aborda el concepto de identificaciones y cómo estas se construyen desde la adolescencia hasta solidificarse en una versión más permanente de las mismas durante la adultez joven.

Por otro lado, el segundo capítulo aborda a las redes sociales, realizando un recorrido desde su origen, explicando su funcionamiento, evolución y auge gracias a la pandemia; planteando la influencia que estas han tenido en la sociedad actual. En el tercer capítulo se realiza una articulación entre las redes sociales y el poder que tienen estas para funcionar como fuente de identificaciones para los jóvenes adultos; integrando conceptos como el papel del goce (desde el psicoanálisis) en el uso de estas plataformas, y las formas en que la influencia de estas se puede observar a través de las manifestaciones subjetivas en la virtualidad.

El cuarto capítulo es referente a la metodología, y detalla los elementos que enmarcaron la ejecución del trabajo investigativo. Por último, en el quinto capítulo se presentan los resultados y el análisis de los datos recolectados a través de las encuestas y el grupo focal, y cómo estas experiencias revelan la influencia de las redes sociales en la construcción subjetiva y de identificaciones en los jóvenes.

ANTECEDENTES

Esta investigación adquiere un interés significativo por la instauración de las redes sociales como recurso indispensable para transitar la vida cotidiana, condensando aristas de comunicación, información, trabajo, vínculos sociales y expresión personal en un solo objeto; instancia que se ve reflejada al observar los índices de uso actual de redes sociales, y las consecuencias psicológicas, sociales y emocionales que se han observado a raíz del uso prolongado de estas. De tal forma que, se recolectaron investigaciones nacionales e internacionales, que permiten rescatar lo explorado y pertinente acerca de las variables de esta investigación.

Díaz y Sánchez (2024) realizaron un estudio en Manabí titulado “Influencia de las redes sociales en el comportamiento humano”, el cual buscó determinar cómo las redes sociales influyen en el comportamiento humano en jóvenes. Para la metodología, esta investigación se enmarcó bajo un paradigma mixto, utilizando métodos cualitativos y cuantitativos con el fin de lograr una comprensión integral del fenómeno. Respecto a los instrumentos, se emplearon la observación, la entrevista en profundidad, la encuesta, el análisis de documentos y la triangulación como método de validación. Para la muestra se usó estudios poblacionales con jóvenes de entre 20 a 30 años (100 personas), los cuales contaban con diversos niveles de escolaridad y ocupación en la región de Manabí. Los resultados arrojaron que el 93% de la población hace uso de alguna red social; y que las redes sociales presentan una influencia significativa en el comportamiento humano. De forma más específica, se vinculan emociones tanto positivas (comunicación, alegría, apoyo) como negativas (ansiedad, insatisfacción, decaimiento del ánimo, etc.) a su uso e influencia. El aporte de esta investigación es que demuestra que las redes sociales sí tienen una influencia significativa actualmente, pues no solo una gran parte de la población las utiliza, sino que también su uso se ha vinculado a cambios no solo a nivel comportamental, sino también a nivel emocional, provocando consecuencias que afectan al bienestar y al malestar del individuo; además de permitir identificar metodologías aplicadas para el estudio de variables similares a las de la presente investigación.

Continuando a nivel nacional, y acercándose a la influencia que tienen las redes a nivel subjetivo, Vargas et al. (2025) en su artículo “Redes sociales y construcción de identidad juvenil” analizaron la relación entre el uso de redes sociales y la construcción de la identidad juvenil, a través de una revisión crítica de la literatura científica

reciente. En cuanto a la metodología, esta se realizó desde un enfoque interdisciplinario, integrando aportes de la psicología, la sociología, la comunicación y los estudios culturales, con el fin de comprender los mecanismos psicosociales implicados en la construcción identitaria en entornos digitales. Los resultados del estudio mostraron que las redes sociales ofrecen oportunidades para la exploración de la identidad, la expresión propia y encontrar espacios de pertenencia grupal; pero también plantean riesgos asociados a la presión social, la búsqueda de aprobación, la estandarización de ideales y la afectación del bienestar emocional. El aporte de este trabajo es que permite identificar diferentes aristas que intervienen en la construcción de la identidad de la juventud contemporánea, reforzando la correlación entre nuestras variables de estudio, pues se evidenció que las redes sociales producen efectos en la construcción y expresión subjetiva de los adultos jóvenes.

De forma similar, y demostrando que, aunque este no es un fenómeno nuevo, sigue siendo relevante para la sociedad actual, Mendoza-Ponce et al. (2015) en su estudio “Influencia de las redes sociales en la identidad personal de los universitarios chonenses” analizaron la influencia del uso de las redes sociales en la identidad personal de adolescentes y jóvenes de una universidad en Chone (Ecuador). Para la metodología emplearon el método analítico, apoyado en las técnicas de la encuesta, la entrevista y la ficha de observación. Los resultados mostraron que las redes sociales presentan una influencia negativa en los estudiantes, puesto que se evidencia una dependencia a estas. Según el criterio del especialista entrevistado, esta dependencia surge a partir de una carencia afectivo-comunicativa dentro de los hogares. Ante lo cual se concluyó que se debe concientizar a los estudiantes sobre el uso adecuado de las redes sociales y la influencia de estas en la identidad personal para prevenir consecuencias negativas por el uso desmedido de estas. Este trabajo permite observar cómo las redes sociales ya se presentaban como un factor que influía en la identidad de los jóvenes, esto en una época pre-pandemia, donde el boom de las redes sociales se encontraba todavía en ascenso; lo cual denota que esta problemática no es nueva, sino que es un fenómeno que evoluciona y se mantiene relevante a través del tiempo.

Pasando a investigaciones a nivel internacional, en Colombia Herrera Herrera (2025) con su investigación “Interacciones en las redes sociales y sus efectos en los vínculos interpersonales, la necesidad de aprobación y la identidad en jóvenes universitarios” se centró en examinar de qué manera influyen las interacciones en redes sociales a la conformación identitaria, a la necesidad de una aprobación social y a las

relaciones afectivas de jóvenes universitarios de 18 a 28 años, que pertenecen a una ONG de la Universidad Católica del Norte, la cual se encuentra ubicada en el Departamento de Antioquia (Colombia). Para la recolección y posterior análisis de datos la autora hizo uso del enfoque cualitativo, de tipo exploratorio estructurado bajo un diseño fenomenológico, mediante la muestra de cinco estudiantes pertenecientes a los programas de psicología y filosofía, los cuales fueron seleccionados mediante un muestreo teórico no probabilístico; los instrumentos que se utilizaron para indagar en las vivencias de cada uno fueron la entrevista en profundidad y un grupo focal. Los resultados dieron como hallazgo que las redes sociales logran dar continuidad a los vínculos ya consolidados en la presencialidad siendo el ámbito académico, laboral y de amistad los privilegiados para su prevalencia, mientras que las relaciones amorosas sostenidas únicamente dentro de la virtualidad generan reticencia, ya que facilitan el ocultamiento de las emociones y en ciertos casos, la mentira. Con respecto a la necesidad de aprobación por parte del entorno, se evidenció que los participantes tienden a eludir el término en sus discursos y eventualmente niegan depender de las reacciones e interacciones de otros usuarios. Sin embargo, sus propias acciones van en contra de aquello y prueban lo contrario: ya que se autocensuran y se limitan a dar opiniones por temor al juicio ajeno y ante la mínima interacción hay la existencia de una satisfacción. En cuanto a la identidad, esta se evidenció como una construcción susceptible de fusionarse con la de otros usuarios tomados como referentes, y de perder su vínculo con la presencialidad al privilegiar relaciones ficticias. El aporte de esta investigación radica en que, al integrar en un mismo estudio los vínculos interpersonales, la necesidad de aprobación y la identidad, ofrece un antecedente metodológico y conceptual directamente afín al que se propone desarrollar en la presente tesis, evidenciando que la identidad de los jóvenes universitarios permanece expuesta a los efectos de la interacción digital, aun cuando estos nieguen conscientemente dicha influencia.

Respecto a qué elementos, a nivel social, pueden intervenir en la construcción del “ser” juvenil (Chile), Del Prete y Redon Pantoja (2020) en su artículo “Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad” se propusieron identificar los mecanismos que inciden directamente en la construcción de las identidades en línea de adolescentes, entendiéndose esto bajo el concepto de la alteridad, siendo entendida como una manifestación en que los sujetos se relacionan entre sí de tal manera que obtiene un lugar para posteriormente ser reconocidos por los

demás. Para lograrlo, trabajaron con estudiantes de secundaria de entre 12 y 18 años, los cuales pertenecían a distintos sectores sociales de la región de Valparaíso (Chile), así mismo fueron aplicadas 36 entrevistas etnográficas semiestructuradas y el cruce de opiniones que le permitió el uso de dos grupos focales. En cuanto a la metodología aplicada, se hizo uso del análisis de contenido bajo un enfoque interpretativo-crítico, el cual permitió la efectiva identificación y agrupación de categorías que explican cómo las y los adolescentes definen su propio ser y transitan sus procesos de identificación valiéndose del uso de la red. Estos resultados evidenciaron que la aprobación y el reconocimiento por parte de terceros ocupan un lugar determinante en la manera en que los y las adolescentes estructuran su identidad dentro de las plataformas virtuales; este mismo mecanismo se evidencia en numerosos casos, en donde se ve ajustada la subjetividad de los jóvenes a lo que una audiencia cada vez más exigente y espera algo de ellos, incidiendo directamente en la espontaneidad de sus gestos y opiniones, y afectando el desarrollo de un criterio autónomo, viéndose una restricción en este ámbito. El aporte de esta investigación radica en mostrar que la identidad juvenil en las redes sociales se configura de manera performativa y dependiente de la validación externa, lo que resulta pertinente para las variables de identificación y subjetividad que la presente tesis busca profundizar en la población de adultos jóvenes.

Finalmente, desde un registro enfocado bajo lo teórico y clínico, Ernesto Sinatra (2014) en un artículo publicado en la revista *Virtualia* de la Escuela de la Orientación Lacaniana (Argentina) bajo el nombre de “A identificaciones líquidas, adicciones sólidas” desarrolla el concepto de identificaciones líquidas —concepto elaborado por el propio autor en 2006— para articularlo, desde el psicoanálisis, con la noción de amor líquido propuesta por Zygmunt Bauman. Sinatra identifica que el imperativo contemporáneo orientado hacia lo efímero y lo instantáneo —observable en fenómenos como el auge de la comida rápida, las citas por internet y las incontables horas de visualización televisiva— promueve identificaciones cada vez más lábiles y de fácil recambio, en contraste con los lazos que antaño sostenía el Nombre del Padre. Para ejemplificar esta problemática, recurre al uso de viñetas clínicas, entre ellas el caso de una niña que, en un programa de televisión, rechaza a los ídolos televisivos con los que se suponía debía de obtener de ellos una identificación, y el de los llamados tele-adictos, sujetos cuyos rasgos identificatorios provienen más de la pantalla que de referentes familiares. Sinatra concluye que las bien llamadas identificaciones líquidas

—inestables, intercambiables y desprovistas de un anclaje simbólico que sea permeable a lo largo del tiempo— tienen como contracara a las adicciones sólidas, en la medida en que estas últimas ofrecerían al sujeto una falsa consistencia corporal a través del objeto drogas, tatuajes o piercings, ya que la palabra y el lazo social ya no logran anudarlo. El aporte de esta antecedente resulta esencial para la presente tesis, en tanto constituye la fuente conceptual de la noción de identificaciones líquidas empleada a lo largo de este trabajo para pensar los procesos identificatorios de los adultos jóvenes en las redes sociales.

CAPÍTULO 1

Los procesos de identificación en la adultez joven

1.1. Adulto joven: origen, definición y características.

Al estudiar el desarrollo del ser humano, este se lo puede plantear en 7 grandes etapas del ciclo vital: prenatal, neonatal, infancia, adolescencia, juventud, madurez y vejez (Delgado, 2015). Estas grandes etapas contienen, a su vez, sub-etapas, tal como lo es por ejemplo la primera y la segunda infancia, la preadolescencia y la adolescencia, etc. El presente trabajo toma así como punto de interés las vivencias de una población que forma un subgrupo en estas etapas: El adulto joven o la adultez temprana (Sandoval, 2018).

El concepto de adulto joven, tal como el de adolescente, es uno relativamente nuevo, siendo creado a partir de la necesidad de nombrar a un subconjunto de la población cuyas características son tan particulares a sus individuos y al contexto histórico en el que se desarrollan, que no encajan en una de las grandes clasificaciones preexistentes; de esta manera, el término “juventud” aparece reconocido oficialmente alrededor de 1965 (Naciones Unidas, 2025, párr. 10) como una forma de clasificar a esta etapa particular del desarrollo. El rango etáreo de un individuo para ser considerado como adulto joven puede variar dependiendo de factores socioculturales, políticos, y económicos del lugar donde este se desarrolle; sin embargo, las Naciones Unidas (2025) explica que el grupo etario que abarca el concepto juventud se encuentra entre los 15 años a 24 años; por tanto, de forma más específica podríamos plantear que un adulto joven sería entonces un individuo de entre 18 a 24 años.

Se puede explicar la lógica de este rango de edad al analizar los momentos que socialmente se espera que el individuo haya atravesado durante estos años: el primero y principal, es que en una gran mayoría de países, se considera a los 18 años como la mayoría de edad legal, momento en el cuál un individuo es considerado como un adulto con todos los derechos y obligaciones que esto conlleva. Y, en segundo lugar, para los 24 años se espera que el individuo haya alcanzado hitos del desarrollo que le permitan lograr aprendizajes y desarrollar habilidades que le posibiliten sobrellevar situaciones más complejas. Un ejemplo de esto es el pensamiento reflexivo, el cual Sandoval (2018) explica como el cuestionamiento y la consideración activa, cuidadosa y continua de la información, utilizando datos obtenidos a través de varios medios y del pensamiento crítico; este pensamiento es propio de esta etapa, ya que “parece surgir

entre los 20 y 25 años. Solo entonces el cerebro forma nuevas neuronas, sinapsis y conexiones dendríticas, y las regiones de la corteza cerebral que manejan el pensamiento del nivel superior quedan completamente mielinizadas” (Sandoval, 2018, p. 90).

Otro hito alcanzado es el del pensamiento posformal, el cual, aparte de identificarse por su flexibilidad, y que “se caracteriza por la capacidad para lidiar con las incoherencias, las contradicciones y los compromisos” (Sandoval, 2018, p. 91). Así, para los 24 años, el adulto joven ha alcanzado estos hitos a través del desarrollo neurológico, y de las experiencias nuevas propias de esta etapa, tales como: estudiar una carrera, comenzar a conducir o a movilizarse por la ciudad solos, hacer trámites legales por sí mismo, obtener su primer trabajo, crear y mantener relaciones interpersonales con sujetos diversos, entre otros.

Más allá de estas definiciones generales, desde la psicología, Barrionuevo (2011) explica el concepto de adulto joven, o juventud, como un tiempo lógico que se caracteriza por ser el resultado del trabajo psíquico que el sujeto hace al salir de lo endogámico y pasar a lo exogámico, desprendiéndose de la burbuja protectora de lo familiar para incorporarse en las relaciones sociales y enfrentarse a las exigencias adultas del momento histórico-sociocultural en el que se desarrolla.

Así, un adulto joven abarcaría entonces a un individuo desde que ha alcanzado la mayoría de edad hasta alrededor de mediados de sus veinte, momento en el cuál ha alcanzado el pico en su estado físico, completando su desarrollo neuronal. Y que, además, ha salido del círculo de lo familiar y se encuentra activamente inmerso en las relaciones y exigencias socioculturales y económicas de su entorno.

1.2. Definición e implicaciones de la adultez joven desde el psicoanálisis.

Al abordar el concepto de adultez joven, conviene tomar distancia de concepciones que lo ubican desde criterios cronológicos o meramente biológicos. Desde la teoría psicoanalítica, con la noción de tiempo lógico, las operaciones psíquicas que un sujeto debe realizar a lo largo de su vida para reposicionarse en relación con los otros y consigo mismo. En este sentido, Barrionuevo (2011) propone reservar el concepto de "juventud" al tiempo lógico que abarca desde el momento en que el sujeto comienza a desprenderse del mundo endogámico-familiar, y se abre camino hacia las exigencias exogámicas propias de la sociedad, sin contar con el amparo incondicional que lo sostuvo durante su infancia.

Es preciso delimitar la diferencia entre adolescencia y juventud, puesto que ello resulta fundamental para el presente trabajo, al permitir comprender al adulto joven como un sujeto ubicado en un momento singular de construcción subjetiva, con un psiquismo propio y diferenciado tanto del adolescente como del adulto consolidado. Mientras que la adolescencia, tal como plantea Barrionuevo (2011), puede entenderse como semblante de las metamorfosis de la pubertad, es decir, como el reposicionamiento del sujeto ante la estructura opositiva falo-castración que trae consigo la irrupción de lo real del cuerpo sexual, la juventud supone hacer frente a las vicisitudes del entorno, siendo el psiquismo el que tramita estas variaciones dentro de este proceso constitutivo.

Saavedra et al. (2022) apoyándose en Lacan (1964), señalan que el ingreso a la adultez joven no ocurre de manera ideal, ya que en ocasiones el sujeto permanece inmerso en las narrativas adolescentes, viéndose impulsado a ignorar las exigencias propias de la vida adulta. Esto remite a un trabajo psíquico previo que debió haberse producido: el del adolescente que, apoyándose en los emblemas tomados de la figura paterna —o del Nombre del Padre—, construyó un lugar habitable en el mundo. Cuando dicho proceso no tiene lugar, la salida hacia lo exogámico se ve obstaculizada y el sujeto tiende a repetir sus propios modos de goce, sin lograr ponerlos en juego como pérdida y apuesta por su existencia.

Barrionuevo (2011) caracteriza esta salida a través de tres momentos constitutivos de la juventud, entendidos como las implicaciones que un sujeto debe tramitar en esta etapa. El primero de ellos es el hallazgo del objeto, el cual, desde Freud, es entendido como un reencuentro; es decir, el establecimiento de un vínculo amoroso que permita al joven ir más allá de los intentos de acercamiento al otro sexuado, propios de la adolescencia, hacia la elección de un partenaire o compañero sexual con quien habitar el mundo. El segundo movimiento es el que concierne a la construcción de proyectos en el orden laboral o profesional, lo que conlleva la tarea de insertarse en la maquinaria productiva de la sociedad, ya sea a través de la elección de una carrera formativa o del ingreso directo al campo laboral. El tercer movimiento se encuentra articulado con los anteriores, ya que este se refiere a la posibilidad de proyectarse hacia la propia maternidad o paternidad, siendo esta una expresión de una inscripción subjetiva sobre una decisión propia que trasciende los límites de lo endogámico. Una elección implica siempre una pérdida, porque al elegir un camino se cierran otros, y eso requiere un

trabajo psíquico que la adolescencia aún no está en condiciones de hacer de forma consolidada.

1.3 Las identificaciones.

Las tareas constitutivas propias de la adultez joven —el hallazgo del objeto (de amor y de goce), la construcción de proyectos laborales y la proyección hacia vínculos futuros— se gestan una por una en la adolescencia. Para que el sujeto pueda posicionarse ante aquellas exigencias, poder elegir las y sostenerlas, es necesario que exista previamente un proceso psíquico que lo habilite a relacionarse con los otros, a tomar de ellos algo que lo constituya y desde lo cual pueda ubicarse en el mundo, este proceso psíquico es la identificación. El comprender su funcionamiento, de dónde proviene y qué produce en el psiquismo resulta, por tanto, indispensable para el presente trabajo, en tanto son precisamente los procesos de identificación los que se encuentran en tensión cuando las redes sociales intervienen en la subjetividad del adulto joven contemporáneo.

Sigmund Freud en *Psicología de las masas y análisis del yo* (1975) ubica el proceso de identificación como la manifestación más temprana de un enlace afectivo con otro, señalando que esta no implica una incorporación total del objeto, más bien, se trataría de un mecanismo que opera de forma parcial: el sujeto toma un único rasgo de aquel con quien se identifica. A partir de esta premisa, Freud distingue tres modalidades mediante las cuales opera este mecanismo: la primera es entendida como la identificación primaria con la figura paterna, la cual constituye una forma originaria del lazo afectivo que precede incluso a la elección de objeto y que sienta las bases del ideal del yo. La segunda es entendida en función de una introyección: la cual se hace presente cuando el sujeto, ante la pérdida o renuncia de un objeto amado —ya sea por el abandono por medio de una afrenta—, este es introyectado en el yo, modificando parcialmente la propia imagen. La tercera modalidad, la cual busca explicar los fenómenos colectivos y el porqué de su magnitud; se sustenta bajo la premisa que el sujeto descubre en el Otro un rasgo semejante, sin que en este medio necesariamente un vínculo amoroso; aquella identificación es nombrada *identificación por contagio* la cual busca explicar por qué los individuos dentro de una masa tienden a homogeneizarse en torno a un rasgo compartido. En las tres modalidades identitarias lo que se conjuga, es siempre una apropiación parcial: no se toma al otro en su

totalidad, sino un rasgo, una cualidad, una posición desde la cual el sujeto puede reconocerse y constituirse.

Modalidad	¿Cuándo surge?	Mecanismo	Vínculo con el objeto	Qué produce
Identificación primaria (figura paterna)	Precede a la elección de objeto; es la forma más originaria del lazo afectivo	Enlace afectivo primigenio con la figura paterna	No hay objeto de amor aún elegido; antecede a esa elección	Sienta las bases del ideal del yo
Identificación por introyección	Ante la pérdida o renuncia de un objeto amado	El sujeto introyecta el objeto perdido en el yo	El objeto fue amado y luego perdido o renunciado	Modifica parcialmente la propia imagen del yo
Identificación por contagio (fenómenos de masa)	Cuando el sujeto descubre en otro un rasgo afín a su propia experiencia	Identificación con un rasgo compartido, no con el objeto en su totalidad	No necesariamente un vínculo amoroso	Explica la homogeneización de los sujetos dentro de una masa en torno a un rasgo compartido

Tabla 1. Modalidades de Identificación según Freud. Elaboración propia en base al texto “Psicología de las masas”.

Esta concepción es retomada y posteriormente reformulada por Lacan, quien aporta nuevas concepciones. Mazzuca (2007) señala que, a diferencia de Freud, quien concibe la identificación como un proceso constitutivo de la personalidad, Lacan la concibe desde un carácter alienante: en decir, identificarse con una imagen o un rasgo del otro implica siempre constituirse en algo que no se es del todo, es asumir un ser que viene desde afuera. Esta alienación constitutiva del sujeto tiene su momento inaugural en el estadio del espejo, donde el yo se forma a partir del reconocimiento de una imagen unificada que le llega desde un semejante, de un ser en el exterior y esta imagen

anticipa una unidad que el sujeto en realidad aún no posee. El yo no nace, entonces, desde adentro hacia afuera, sino a la inversa: se constituye capturándose en una imagen especular que le ofrece una forma, pero que al mismo tiempo lo sujeta a una representación que no le pertenece del todo.

Posteriormente, Lacan ubica el proceso de identificación desde el registro imaginario hacia el simbólico, introduciendo el concepto de rasgo unario: aquello ya no se trata de identificarse con una imagen especular, sino con un significante tomado del campo del Otro, un rasgo vivido como marca fundante y que diferencia a cada sujeto en su singularidad. Es a partir de esta identificación en el campo de lo simbólico que se constituye el ideal del yo, instancia desde la cual el sujeto se mira y desea ser mirado, y que organiza sus elecciones, sus proyectos y su posición en el lazo social (Mazzuca, 2007). La distinción entre el yo ideal —registro imaginario, la imagen con la que el sujeto se identifica especularmente— y el ideal del yo —registro simbólico, el lugar desde el cual el sujeto es valorado y reconocido por el Otro— resultan fundamentales para la comprensión de las identificaciones en la adultez joven, etapa en la que ambas instancias se encuentran y se complejizan.

Así, las identificaciones se constituyen como un proceso en constante movimiento a lo largo de toda la vida. Si bien sus bases se forman desde la infancia temprana, es en la adultez joven donde este proceso adquiere mayor complejidad, en tanto el sujeto debe construir un sistema de identificaciones propias más allá del seno familiar, en un campo social amplio y atravesado por la contemporaneidad, cargado de nuevas formas de presentación e ideales propios de la época.

1.4. Los procesos de identificación en los adultos jóvenes.

Como se mencionó anteriormente, si bien los procesos de identificación del ser humano comienzan desde la infancia, y estos se consolidan con las identificaciones secundarias y la adolescencia, con sus experiencias propias de esta etapa, este proceso de identificación no termina en la adolescencia, sino que continúa a lo largo de toda la vida.

Barriónuevo (2011) explica que en la juventud se continúan los procesos identificatorios de la adolescencia, pero a estos se le agregan procesos de desidentificación, donde el joven debe desprenderse de las identificaciones adquiridas desde lo familiar, y las adoptadas en la adolescencia que ya no le funcionan para

construir un proyecto de vida sólido y un sentido del “ser” propio que lo caracterice y que le permitan moverse por la vida.

Con la mayor independencia y libertad que trae el paso a la adultez, el joven es capaz de ampliar sus horizontes y probar cosas nuevas, sin embargo, este no debe quedarse en el simple hecho de probar, sino que debe hacer un trabajo psíquico en el que decida cuáles de estos significantes —viejo y nuevos— son los que realmente funciona para él, es decir, cuáles le brindan una guía, un nombre con el que se sienten a gusto y que le permite ser por sí solo y ser en sociedad.

Es durante esta etapa de la adultez joven que se construye una de las principales identificaciones que le permiten al sujeto construirse de forma sostenida a nivel social: la que tiene que ver con el oficio o la profesión.

La pregunta que los grandes hacen a los niños o a los adolescentes apunta a la dirección anteriormente sugerida: “¿Qué vas a ser cuando seas grande?, o “¿Qué querés ser cuando seas grande?”. Y la respuesta “Voy a ser técnico en computación”, o “Voy a ser médico”, habla de una posición desiderativa futura en la cual la identidad se encuentra sostenida por una identificación que procura el oficio o la profesión elegida que en su momento se constituirá en lo esperable como *sinthome*. Porque podemos decir, en sentido amplio, que nombrar, dar un nombre, “identifica”, distingue y da existencia. (Barrionuevo, 2011, p. 158)

De esta manera, la carrera, la profesión o el trabajo elegido constituye una de las principales formas de identificación sólida en el adulto joven, pues le otorgan una distinción, un nombre y un propósito a este joven que se encuentra en este proceso de desidentificación e identificación de los significantes explorados durante la adolescencia. Sin embargo, la elección de un oficio no es la única, sino que el joven también de responder a nivel social interpersonal: amistades, pasatiempos, la elección de un *partenaire*; ámbitos en los cuales la identificación del oficio no alcanza y que le llevan a cuestionarse las propias identificaciones en conjunto.

Velásquez (2009) agrega que el adulto joven debe capitalizar todo lo adquirido hasta ese momento, apoyándose de sus propias ficciones, historias y tradiciones para construir unas nuevas (o mejores) que le permitan hacer con el modo particular en que vive los afectos y afirmarse un lugar propio, midiendo su éxito a través de la fuerza, la competencia, el éxito, hacerse con un *partenaire*, la aprobación de otros y los recursos económicos para ser feliz.

Las identificaciones en la adultez devendrán también de las marcas de goce —y de cómo se ha hecho con ellas— que se inscribieron en la infancia. Barrionuevo (2011) explica que en la infancia el goce es autoerótico e indiferenciado del goce del Otro, y que es con el significante del nombre del padre que se instaura una separación entre los goces y permite que el deseo emerja; sin embargo, esta separación deja una marca que lleva al sujeto —por medio del deseo— a intentar reencontrarse con ese goce imposible. Este paso se puede entender como una transmutación del goce, pues pasa de un goce primero a un goce fálico, anudado al significante, que se engancha a procesos intelectuales superiores (como la reflexión), que le permitirán constituirse subjetivamente.

Un artículo de las *XXVII jornadas anuales de la EOL* (2018) explica que estos significantes —más específicamente las identificaciones— adquiridas en respuesta al traumatismo de la lengua, del goce, funcionan como una especie de abrochamiento, permiten nombrar algo de ese goce, de eso que aparece como exceso y que se siente en el cuerpo para poder darle un sentido y que el sujeto pueda hacer con eso, de forma que no lo invada. Entonces, las identificaciones en la adultez vendrían a ser aquellas que mejor dan cuenta de cómo el sujeto ha podido hacer con el goce, solidificándose en significantes más metaforizados gracias a los procesos y experiencias vividas hasta ese momento.

El adulto joven, así, debe realizar un trabajo psíquico donde evaluará —tanto consciente como inconscientemente— todos aquellos significantes, identificaciones a las que se ha expuesto a lo largo de su vida. Tomará como referente los valores obtenidos en casa, de la familia, en la escuela; de los rasgos de personalidad de los adultos en su vida, sus pares; de aquellos ideales de la comunidad en la que creció, de los ámbitos sociales en los cuales se interesó (deportes, pasatiempos, etc.), y de los significantes que se inscribieron en su infancia como reguladores de goce, ahora metaforizados gracias a la experiencia que el sujeto adquiere en la vida. Sin embargo, el adulto joven debe tener cuidado en este proceso, pues no se trata de simplemente elegir aquello que le es más conveniente y replicarlo tal cual, sino que se trata de tomar aquellas identificaciones que le permitan alcanzar sus ideales, sus metas, y modificarlas a su situación particular, de forma que logre construir un sistema de identificaciones que logren distinguirlo, darle un sentido de que ese es su “ser”, un ser fiel a sus afectos y a su deseo.

Ossa (2007) agrega que es importante recordar que la identificación se trata de un proceso continuo entre las personas, pues no solo es el mundo el que constituye al sujeto, sino que cada individuo participa en la construcción del ser del otro. Y que, además, las identificaciones son parciales y móviles, esto quiere decir que, si bien hay ciertas identificaciones más sólidas y constantes a lo largo del tiempo, las cuales sostienen la construcción subjetiva del sujeto, hay otras identificaciones que conforman el ser del sujeto que son más flexibles, que crecen con el sujeto y mutan con sus experiencias, permitiéndole hacer con las vicisitudes de la vida.

Así, los procesos de identificación en los jóvenes adultos se vuelven más complejos, pues ya no se trata de asimilar unas cuantas nuevas identificaciones externas — escuela, amigos, deportes— en estas primeras identificaciones construidas desde el núcleo familiar como forma de explorar quién quiere ser ese adolescente. En cambio, en la adultez joven nos encontramos frente a un campo mucho más amplio a partir del cual el sujeto debe tomar decisiones para armar un sistema de identificaciones que den cuenta de una construcción subjetiva particular y sólida: universidad, trabajo, pasatiempos, proyecto de vida, relaciones platónicas y románticas, la relación con el goce, experiencias particulares de la vivencia de cada sujeto, y el mercado contemporáneo más amplio de información actual, las redes sociales.

CAPÍTULO 2

Redes sociales y adultos jóvenes

2.1. Redes sociales: origen y funcionamiento.

El surgimiento de las redes sociales se dio como resultado de una serie de transformaciones progresivas en la forma en que las personas se relacionaban con la tecnología y entre sí. Durao et al. en su libro *Hiperconectados: Los desafíos psicológicos de la era digital* (2024) asocia el verdadero inicio de las redes sociales con el surgimiento de plataformas como Friendster, MySpace y, posteriormente Facebook, las cuales permitieron que las personas se conectaran con otros en línea, compartiendo momentos y manteniéndose al día entre cada interacción social. Este cambio constituyó el paso de un internet anteriormente informativo a uno eminentemente social, donde el protagonismo ya no recaía en el contenido proporcionado por medios 'estáticos' sino en la interacción entre usuarios en la red.

Sin embargo, este cambio no se dio de forma uniforme en todas las generaciones contemporáneas. Durao et al. (2024) mencionan que cada generación estableció una relación particular con las redes sociales según el momento en el que esta fue incorporada en su vida. Los Millennials (nacidos entre inicios de la década de 1980 hasta mediados de la década de 1990), constituyen la primera generación digital nativa, aquellos crecieron junto al surgimiento de plataformas como Facebook, Messenger e Instagram, integrándolas simultáneamente a su cotidianidad desde su adolescencia. La Generación Z (nacidos entre mediados de la década de 1990 hasta mediados de la década de 2010), en cambio, nació en un mundo ya hiperconectado, donde las redes ya se establecieron como un eje central permanente en la cotidianidad desde su infancia. Plataformas como Instagram, TikTok y YouTube fueron el entorno privilegiado desde el cual construyeron sus vínculos, el acceso a la información y su expresión personal. Es precisamente esta generación la que constituye el núcleo de la población adulta joven que convoca al presente trabajo, en tanto su proceso de construcción subjetiva ocurrió de manera simultánea y entrelazada con el uso masivo y/o desmedido de redes sociales.

Sin embargo, las redes sociales no solo representan espacios de intercambio social. Su funcionamiento está dictaminado por algoritmos, los cuales son mecanismos de procesamiento de información que determinan qué contenido ve cada usuario, en qué

orden y con qué frecuencia. Durao et al. (2024) explican que los algoritmos son conjuntos ordenados por 'instrucciones' que operan a partir del comportamiento del propio usuario: sus búsquedas, el tiempo que dedica a cada publicación, las cuentas que sigue y las interacciones que realiza van construyendo un perfil lleno de preferencias que la plataforma utiliza para personalizar la experiencia otorgándole un sentido de pertenencia. Desde este punto, los autores describen al algoritmo como un “espejo digital” que refleja no solo las preferencias que el usuario ha construido por su cuenta sino también aquellas que este ni siquiera sabía que tenía, presentando de manera continua contenido afín a lo que ya consume.

Lejos de ofrecer una visión más amplia y diversa del mundo, el algoritmo tiende a mostrar al usuario aquello que ya le resulta conocido, generando lo que Durao et al. (2024) denominan “burbujas de filtros”: termino que acuña a entornos digitales en donde los valores e ideas que el sujeto sostiene de sí son reforzados de forma incesante, dejando poco o nulo espacio para un posible cuestionamiento. Es por ello que con cada interacción se desarrolla una relación de carácter bidireccional: pues el sujeto alimenta al algoritmo con sus acciones (likes, vistas, comentarios, reposteos) mientras que el algoritmo, a causa de esta aceptación, posteriormente va a alimentar al sujeto de más contenido similar, sumergiéndolo en una dinámica circular que premia lo ya consumido; pero, a su vez, termina negándole un lugar a nuevas asociaciones, a nuevos intereses. Es así como poco a poco va moldeando y moderando lo que el sujeto ve, generando un ciclo de retroalimentación constante que se vuelve progresivamente más cerrado y “personalizado” para la experiencia. Como señalan los autores, esto implica el riesgo de quedar capturado en un circuito “infinito”, donde solo se consume lo que va de mano con las creencias y preferencias previas, limitando así la exposición a perspectivas diversas y reforzando los propios sesgos.

Las plataformas tienen la característica de ir moldeando los referentes simbólicos e imaginarios a los que el sujeto queda expuesto de forma cotidiana. En el caso del adulto joven, cuyo psiquismo se encuentra en un momento de construcción de identificaciones más sólidas, esta exposición ante a un flujo continuo de ideales y modelos de vida curados por el algoritmo, crea una especie de “nicho” el cual adquiere una relevancia particular, en tanto incide directamente sobre el contenido desde el cual el sujeto puede tomar rasgos para constituirse. Es desde este punto que las redes

sociales dejan de ser una herramienta de comunicación para convertirse en un factor estructurante de la subjetividad contemporánea.

2.2. Clasificación de las redes sociales.

En la actualidad, frente a la gran diversidad de plataformas digitales, resulta necesario establecer una clasificación que permita ordenar su estudio. Si bien, es posible clasificar las redes sociales según criterios basándose en contenidos predominantes y formato, para el presente trabajo, resulta más productivo organizarlas según la función y el propósito que cumple para quien la utiliza, en tanto esto permite visualizar qué modo de presentación cumple; cuestión directamente vinculada a los procesos de identificación.

El primer grupo corresponde a las redes orientadas a la comunicación y mensajería, cuyo principal exponente es WhatsApp. Durao et al. (2024) ubican a estas aplicaciones, en conjunto con la omnipotencia de los teléfonos celulares, aquellas se presentan como el soporte mediante el cual hoy se sostienen gran parte de los vínculos cotidianos, tanto como familiares como sociales. Su función es el intercambio sostenido con un círculo de contactos, aunque esto no la exime de generar sus propias formas de malestar, como la condición de la inmediatez.

Un segundo grupo lo constituyen las redes de expresión personal, entre las más utilizadas se encuentran Instagram y TikTok. Estas plataformas se organizan en torno a la construcción y exhibición de una imagen de sí: fotografías, videos cortos, estéticas y narrativas de los cotidiano de cada persona. Durao et al. (2024) señalan que Instagram aguarda la mayor porción de usuarios jóvenes, con el 67% de usuarios entre 18 y 29 años, mientras que TikTok presenta una concentración de un 65% de usuarios de entre 16 y 24 años. La esencia de estas plataformas, tal como lo describen los autores, es la espontaneidad y la creación continua de tendencias, lo que las convierte en un espacio privilegiado de circulación de modelos identificatorios para la población del presente trabajo.

El tercer grupo agrupa a las redes de información y “debate”, cuyo mayor representante es X (anteriormente Twitter). Esta plataforma habilita la circulación de opiniones, noticias y posicionamientos discursivos a través de posteos breves llamados “tweets”, lo que Durao et al. (2024) caracterizan como un espacio donde una reputación puede construirse o destruirse en segundos, siendo el tiempo medido en segundos, segundos suficientes para volcar o revolucionar cualquier suceso. Si bien

esta red ha favorecido la formación de movimientos sociales y la circulación de información en tiempo real, también ha facilitado la propagación de desinformación y la exposición del usuario a la hostilidad.

El cuarto grupo corresponde a las redes de entretenimiento, principalmente YouTube, donde el consumo de contenido audiovisual es la primacía, sin pasar por una interacción directa entre usuarios. Estas plataformas funcionan como una fuente de distracción, pero también de información, en tanto buena parte de la población joven recurre a ellas no solo para entretenerse sino para informarse y aprender.

Cada tipo de red social habilita un modo particular en que el sujeto se posiciona frente al Otro: se comunica, se exhibe, opina, se entretiene. Esta diversidad resulta de particular relevancia para comprender cómo inciden las redes sociales en los procesos de identificación propios de la adultez joven.

2.2.1 Redes sociales más relevantes.

Hoy en día es común pensar en el sujeto moderno como un sujeto de redes sociales. Cuando se conoce a alguien nuevo, no es extraño que al terminar la interacción se lo busque en alguna red social para mantenerse en contacto —o saber de este—, y es muy probable que la mayoría de las veces esta persona cuente con un perfil en una red social; por ejemplo, la más común siendo Instagram. Una nota del diario El Universal (Islas, 2026) reporta que actualmente hay 5,600 millones de usuarios activos en redes sociales, lo que equivale a un 68.7% de la población mundial, con un tiempo promedio de consumo de 18 horas y 36 minutos a la semana.

Adicionalmente, El Universal (2026) especifica que el rango etario de jóvenes 16 a 24 años es el que dedica un mayor tiempo a consumir videos cortos, con estadísticas de 1.37 horas diarias en promedio en TikTok, 1.25 horas en YouTube, y 1.13 horas en Instagram. Díaz y Sánchez (2024) encontró que las redes más utilizadas a nivel nacional son: WhatsApp, Facebook, Instagram, TikTok y YouTube.

Un estudio de Carrión y Usiña (2025) encontró que actualmente TikTok se posiciona como la red social que se usa con más frecuencia, especialmente entre generaciones jóvenes como los centennials (Gen Z) y los millennials más jóvenes. A esta le sigue Instagram, con una tendencia igual a la de TikTok, donde los principales usuarios pertenecen a generaciones jóvenes. Así, estas estadísticas muestran que las redes sociales con más relevancia actualmente son aquellas cuya función es el entretenimiento y la comunicación, y cuyo contenido es de tipo audiovisual, que sea

dinámico —atrapando la atención con imágenes, transiciones, colores, audios, etc.— y sencillo de interactuar.

2.3. Influencia de las redes sociales en la sociedad actual.

Para entender de mejor manera cómo es que las redes sociales han adquirido la relevancia que tienen en nuestra sociedad actual, primero se debe establecer las características bajo la cual se desarrollan los sujetos contemporáneos: la modernidad líquida o postmodernidad.

Bauman en su libro *Modernidad Líquida* (2003) propone este término para referirse a una etapa de la modernidad (“posmodernidad”) caracterizada por un espíritu que buscaba desprenderse de la “mano muerta” de su propia historia. La modernidad líquida originalmente buscaba disolver aquellos grandes sistemas que habían prevalecido durante décadas pero que, sin embargo, no habían logrado producir mejoría y estabilidad para la sociedad; esto con el fin de lograr construir un nuevo sistema que fuera mejor y duradero.

Sin embargo, este proceso que debe ser transitorio paradójicamente ha adquirido una cualidad permanente, cayendo en un bucle de licuefacción, derritiendo constantemente lo viejo para permitir que “lo nuevo” fluya; pero sin detenerse lo suficiente para construir algo nuevo sólido en ese espacio, optando por mantener un marco constante de cambio que no exige permanencia, ni compromiso. Uno de los principales efectos de este bucle es la pérdida de las fuerzas que podrían mantener el orden y el sistema, cayeron los sólidos inamovibles con sus macro-relatos —desde el psicoanálisis es la caída de “El Nombre del Padre”—, quedando en su lugar sistemas que “permiten fluir”, que prefieren cambiar constantemente en una persecución de “algo mejor”, y que no son capaces de sostener más que microrrelatos.

En la actualidad, las pautas y configuraciones ya no están “determinadas”, y no resultan “autoevidentes” de ningún modo; hay demasiadas, chocan entre sí y sus mandatos se contradicen —es la época de “Los nombres del padre”—, de manera que cada una de esas pautas y configuraciones ha sido despojada de su poder coercitivo o estimulante. Y, además, su naturaleza ha cambiado, por lo cual han sido reclasificadas en consecuencia: ahora son tareas de total responsabilidad individual. (Bauman, 2003, p. 13)

Así, los individuos han perdido la guía y la seguridad que proporcionaban los ideales de un sistema sólido, ya no hay una sociedad que establece estándares,

expectativas y guías claras, sino un sistema que “fluye”, que cambia constantemente, que se encuentra inundado por los microrrelatos modernos, y que coloca toda la responsabilidad de la construcción personal en el individuo en lugar de tomar la responsabilidad como sistema de proporcionar el amparo subjetivo que el individuo necesita.

A esto se le suma otra característica de los tiempos actuales, el capitalismo tardío. Barrionuevo (2011) lo explica como un tiempo profundamente marcado por “la estimulación del consumo, la sobrevaloración de la imagen y la importancia de la inmediatez que producen los medios de comunicación masivos que permiten presenciar al instante, obscena y crudamente, imágenes de algo que está sucediendo a miles de kilómetros” (p. 18). Así, este ha pasado de un modelo solo económico a un sistema que también es social, político y hasta cultural, donde el sujeto ya no produce para vivir, sino que es empujado a vivir para producir, de forma que pueda alimentar el mercado, y a su vez, tener los recursos para mantenerse al día con las exigencias de una sociedad donde el valor está en el capital económico, en mantenerse al día con las exigencias de una sociedad líquida, siempre cambiante que busca lo “más nuevo” como sinónimo de lo que es “mejor”.

Dentro de este capitalismo tardío, donde el mercado se ha vuelto el imperante que mueve a la sociedad, se encuentra de forma más específica: el capitalismo de la información. El filósofo surcoreano Byung Chul Han en su obra *No-cosas* (2021) explica que el capitalismo de la información se trata de una forma intensificada del capitalismo, el cual transforma algo tan inmaterial como lo es la información, el saber, en algo material, y en tanto comercializable.

La vida misma adquiere forma de mercancía. Se comercializan muchas relaciones humanas. Los medios sociales explotan completamente la comunicación. Plataformas como Airbnb comercializan la hospitalidad. El capitalismo de la información está conquistando todos los rincones de nuestra vida; es más, de nuestra alma. Los afectos humanos son sustituidos por valoraciones o likes. Los amigos se cuentan en números. La cultura está completamente al servicio de la mercancía. La historia de un lugar también se explota, storytelling mediante, como fuente de plusvalía. Los productos se aderezan con microrrelatos. La diferencia entre cultura y comercio desaparece a ojos vista. Las instituciones de cultura se presentan como marcas rentables. (Han, 2021, p. 17)

Ballesteros et al. (2018) explican que actualmente las redes sociales han sido categorizadas como espacios de influencia social, pues se ha visto que el contenido publicado en estas —especialmente aquel producido por otros individuos, quienes se presentan con un enfoque más “íntimo” y “real” que las compañías— afecta el modo de pensar, las emociones y acciones del individuo. Observamos el siguiente funcionamiento: las redes sociales han democratizado el acceso a la información, han facilitado la libertad de expresión, y la oportunidad de alcanzar reconocimiento social

Un estudio realizado por Díaz y Sánchez (2024) encontró que las redes sociales influyen de forma observable en el bienestar y malestar de los sujetos. Los usuarios hacen uso constante de estas redes debido a que les traen bienestar en áreas como: la conexión social, el acceso a información y recursos, apoyo y asesoramiento y les permite lograr una expresión personal y creativa. No obstante, el uso de estas redes no solo es positivo, sino que reportan que les han traído malestar en ámbitos de comparación social y presión por la imagen personal, acoso y cyberbullying, uso excesivo y dependencia a estas redes, y desinformación y fake news que generan confusión, angustia y afectan la percepción de la realidad. Por último, este estudio también encontró cuatro factores que determinan el nivel de influencia que pueden tener las redes sociales sobre el sujeto: la frecuencia y duración del uso; el tipo de contenido consumido y compartido; las redes de apoyo y estrategias de afrontamiento personales; y el contexto individual.

Es en este panorama de postmodernidad (líquida) y capitalismo tardío —y de la información— donde las redes sociales se han desarrollado hasta el punto actual. Este paradigma de la sociedad contemporánea ha facilitado el ascenso de las redes sociales, pues el mercado y lo social ha demandado que los individuos se mantengan siempre conectados, volviendo los dispositivos móviles, y las redes sociales, una necesidad para moverse por el mundo actual. Ya sea para comunicarse, acceder a información, trabajar e incluso pagar los servicios de la vida diaria, las redes sociales se han vuelto una parte intrínseca de la existencia contemporánea, esto a pesar de que su uso no solo trae efectos positivos, sino que también ha traído malestar a sus usuarios.

2.4. Pandemia: antes y después con relación al uso de redes sociales.

Podemos observar un cambio en el uso de las redes sociales actualmente a comparación del tiempo anterior a la pandemia COVID-19, pues previo al 2020 si bien el uso de las redes sociales se encontraba normalizado, estas no alcanzaban la

relevancia que tienen actualmente; por ejemplo, lo más común era usar las redes sociales para compartir fotos de algún momento especial en tu vida, poco importaba si esa nueva publicación mantenía la misma armonía de colores o “aesthetic” que el resto de tu perfil; y en cuanto a influencers, estos provenían principalmente de YouTube —plataforma donde los videos largos eran la norma, y donde cada canal tenía una identidad propia marcada—. Mientras que, a raíz de la pandemia parece haber ocurrido una digitalización masiva de la vida cotidiana, donde ahora no es raro encontrar personas que suben su vida diaria a redes sociales —como si fuera una especie de diario digital—, quienes curan sus publicaciones de forma que haya una armonía visual en su perfil, y en la vida cotidiana ahora es cada vez más común que más procesos que se realizaban de forma presencial sean digitales: agendar turnos, realizar trámites en línea, menús de restaurante en QR, cajas de autoservicio, etc.

Un estudio de Hernández et al. (2022) encontró que el tiempo de uso de redes sociales aumentó de 40 minutos previo a la pandemia, a dos horas diarias durante y después de la pandemia, esto debido a que el aislamiento y distanciamiento social obligatorio convirtieron a las redes en la única forma de contacto e interacción social de la que disponían las personas. No obstante, el uso de redes sociales ya venía en incremento desde antes de la pandemia, pues Ballesteros et al. (2018) encontró que para 2016 alrededor del 91% de los usuarios de internet también usaban redes sociales, y que, en este mismo año, Instagram remplazó a Twitter como la segunda red social más utilizada, demostrando un cambio progresivo hacia las plataformas centradas en contenido visual (imágenes) como las preferidas de los usuarios.

Si bien ya desde la década de los 2010's las redes sociales se encontraban en constante florecimiento, la pandemia trajo un “boom” para estas, pues como lo explica Durao et al. (2024), gracias al confinamiento las aplicaciones de comunicación se volvieron indispensables para mantener al mundo, y a los sujetos, funcionando: plataformas de videoconferencia como Zoom, Teams, Slack permitieron trabajar de forma remota, manteniendo oficinas, industrias y servicios operando (comercios, atención médica y psicológica, etc.). Y las redes sociales —TikTok, Instagram, Twitch, Discord, etc.— permitieron que los sujetos se mantengan comunicados con el mundo exterior, conservando amistades a pesar de la distancia, y encontrando entretenimiento y un sentimiento de comunidad en un tiempo durante el cual todo parecía catastrófico.

Otra diferencia que se puede observar en cuanto al uso de redes sociales pre y postpandemia es que ha habido un redoblamiento de las redes sociales en una función e influencia como panóptico. En su forma más básica, el panóptico de Bentham (Foucault, 2002) se refiere a una construcción periférica en forma de anillo que alberga celdas; y, en el centro de esta construcción se encuentra una torre, a través de la cual un guardia puede mirar hacia todas las celdas, pero los individuos que están en las celdas no pueden mirar al guardia, de forma que, al no saber con certeza si están siendo mirados o no, los propios presos regulan su comportamiento para evitar posibles castigos, instaurando un funcionamiento automático del poder.

Ioskyn (2015) realiza una diferenciación entre el panóptico clásico y el panóptico digital: la mirada panóptica ya no es centralizada, ya no hay un ojo que vigila sin ser visto, característica que le otorga poder al diferenciarlo de los prisioneros por su “mirada absoluta”. El panóptico actual es más bien uno digital, donde el sujeto observa como un guardia, pero al mismo tiempo es observado como prisionero.

La vigilancia es cruzada y horizontal, ya no concentrada en un observador que detenta el poder merced a la transparencia de los prisioneros. Por estas características de cruzamiento e hipercomunicación la vigilancia se ha hecho ilimitada. Los sujetos del panóptico de Bentham se sabían vigilados, mientras los habitantes del panóptico digital se creen en libertad. (Ioskyn, 2015, p. 1)

Si bien las redes sociales ya operaban como un panóptico digital hace una década —cuando se comenzó a ver el auge del uso de estas— la pandemia, y en consecuencia el incremento del uso de estas plataformas, ha generado un redoblamiento de esta función, pues su uso se ha vuelto prácticamente indispensable en la vida cotidiana, provocando que el sujeto busque ver, consumir contenido todo el tiempo, pero que a su vez, se encuentre constantemente ansioso debido a que es consciente de que él también está siendo visto todo el tiempo, pues en cualquier momento puede ser grabado y subido en línea.

Pero esto no quedó sin huellas, pues ahora, en tiempos de la postpandemia, los efectos de la expansión de redes sociales se han quedado integrados en nuestra vida cotidiana. El trabajo ahora puede ser remoto, o híbrido, eliminando la necesidad de tener que salir de casa e interactuar en persona; las líneas entre los espacios de entretenimiento, de socialización y de expresión propia se han difuminado, condensándose todas en las redes sociales.

Atrás quedaron los terceros espacios, lugares recreativos —parques, cafés, centros comerciales, etc.— que permitían la socialización persona a persona, actividades en grupo en base a intereses compartidos, la expresión propia en la vestimenta para salir; reemplazados por una sociedad donde no es necesario del Otro (persona y espacio físico) para disfrutar, sino que todo se puede hacer desde la comodidad de casa, con el teléfono en mano: comprar, entretenimiento, trabajo, socializar, etc. Generando así una primacía de lo individual, de lo imaginario donde lo que importa es producir una imagen para no quedarse atrás, que la apariencia sea llamativa y donde el mensaje, la construcción simbólica queda relegada en favor de un show de luces y espejos.

CAPÍTULO 3

Redes sociales como fuente de identificaciones en adultos jóvenes

3.1. El papel del goce en la compulsión al uso de redes sociales.

El psicoanálisis, en primera instancia parte de un supuesto que busca ordenar todo el aparato psíquico: que el curso de los procesos anímicos está regulado por el principio de placer y, que toda tensión que resulta displacentera pone en marcha un artificio que busca, como resultado final, su disminución (Freud, 1975). Bajo este principio, el aparato psíquico trabajaría siempre a favor del sujeto, evitando displacer o produciendo placer. Sin embargo, Freud (1975) encuentra en la clínica un fenómeno que no responde a esta lógica: pacientes que, en la transferencia, repiten una y otra vez situaciones afectivas que resultan dolorosas —celos, desaires, desengaños y afecciones— sin que esa repetición procure ninguna satisfacción nueva. No se trata del recuerdo de algo penoso, lo cual ya sería tolerable bajo el principio de placer, sino de la reproducción viva de la experiencia, “con fidelidad no deseada” (Freud, 1975, p. 18). Ni siquiera en el momento original esas vivencias produjeron placer: solo displacer. Y, aun así, se repiten. “Una compulsión esfuerza a ello” (Freud, 1975, p. 21).

Freud (1975) extiende esta observación más allá de la neurosis: la reconoce en el destino de ciertas personas no neuróticas, en quienes toda relación humana desemboca en el mismo desenlace —el benefactor traicionado, el amigo que siempre pierde al amigo, el amor que repite invariablemente el mismo final—. A este fenómeno lo llama Freud, citando a Nietzsche, el “eterno retorno de lo igual” (Freud, 1975, p. 22): un destino que se vivencia como impuesto, pero que en realidad el sujeto mismo produce y sostiene. Es este conjunto de observaciones generales el que lleva a Freud a plantear su hipótesis: que existe en la vida anímica una tendencia a la repetición que no se encuentra subordinada a los mandatos del principio del placer, se trataría entonces de una dinámica pulsional totalmente anterior a estos mandatos, cuya fuerza termina cayendo sobre él, imponiéndose y que esta sería “más originaria, más elemental, más pulsional que el principio de placer que ella destrona” (Freud, 1975, p. 23).

El ejemplo que Freud (1975) elige para hacer inteligible esta compulsión, antes incluso de nombrarla como tal, es el del juego infantil. Con el episodio del carretel —el niño que arroja el objeto atado a un piolín fuera de su vista, profiriendo un “fort” (se

fue), para luego tirar del piolín y recuperarlo con un “da” (acá está)— no puede explicarse como búsqueda de placer si se considera que el niño repite con mayor insistencia el primer acto, el de la pérdida, que el segundo, el del reencuentro placentero (Freud, 1975). Lo que el niño escenifica, en ausencia de la madre, es precisamente aquello que le produjo displacer: su partida. Freud interpreta que el niño se resarce de lo que vivenció pasivamente, transformando su padecer en un hacer, un dominio a nivel simbólico sobre la pérdida vivida a través de la repetición del objeto. Es el hecho mismo de que algo se repita sin que la repetición esté al servicio de ningún placer inmediato.

De este conjunto de fenómenos —la transferencia, la compulsión a la repetición, el fort-da— se entiende que hay algo en el aparato psíquico que insiste, que se repite, y que no puede explicarse por la vía de la satisfacción. Es esta insistencia, esta fuerza que excede la lógica de la ganancia de placer, la que Lacan retomará bajo el nombre de goce: entendiéndose como no lo opuesto al placer, sino aquello que se sitúa en su exceso, en su más allá. Bajo la lógica del por qué un sujeto permanece horas en una plataforma que no le produce, muchas veces, ningún placer identificable —y sin embargo, no puede soltarla.

3.1.1. El concepto de goce en la enseñanza de Jacques Lacan.

Antes de explicar el concepto de goce a la lógica de la compulsión al uso de las redes sociales, es necesario precisar su construcción teórica y como esta, desde sus fundamentaciones en Freud, se formaliza ya en la enseñanza de Lacan, particularmente en el Seminario 20 titulado “Aún” (Lacan, 1975).

El concepto de goce (jouissance) es, ante todo, la formalización de aquellas formulaciones que Freud situó en el “más allá del principio de placer”. Mientras que el principio de placer busca un equilibrio, y la añorada homeostasis, siendo la reducción de tensión en el aparato psíquico a aquello que busca evitar el displacer (Freud, 1975). El goce viene a nombrar esta satisfacción paradójica que el sujeto obtiene incluso en el sufrimiento o en el síntoma que lo hace padecer. Se trata de una dimensión que excede cualquier lógica en nombre del bienestar: el goce no es lo que le hace bien al sujeto, sino aquello que va más allá de toda conveniencia y utilidad.

Freud en su obra *“Más allá del principio de placer”* (1920), se ve confrontado con un fenómeno que su propia teoría de los sueños no alcanza a explicar: pacientes con

neurosis que, noche tras noche, no sueñan cumpliendo sus deseos —como establecía su teoría general— sino reviviendo la escena que los traumatizó. Aquello devela la existencia de que hay algo en el aparato psíquico que repite lo displacentero con una fidelidad que ninguna ganancia de placer alcanza a justificar. Para dar cuenta de este exceso, Freud postula una fuerza pulsional que va más allá de la tendencia homeostática del principio de placer: la pulsión de muerte, articulada con un principio de Nirvana que tiende a la reducción absoluta de toda tensión. Es importante destacar que Freud, en este punto, ya está nombrando tentativamente lo que Lacan más tarde denominaría como goce, sin disponer aún de un concepto ni del término: es esto siendo una satisfacción que no beneficia al yo, que no negocia con la razón, que se indispone contra toda conveniencia. Lacan retoma ese punto —el lugar donde la teoría freudiana del placer no alcanza— y lo convierte en el fundamento de una noción propia.

Para precisar qué es el goce en sí mismo según la enseñanza lacaniana, es importante diseminarse desde los siguientes ejes.

3.1.1.1. La inutilidad del goce y el mandato del superyó

Lacan despoja al goce de cualquier fin de practicidad, afirmando que “el goce es lo que no sirve para nada” (Lacan, 2008, p. 11). Mientras que lo útil y los bienes permanecen regulados por el lenguaje y el derecho —instancias que se encargan de administrar los bienes precisamente para evitar el despilfarro y que calculan su valor de cambio, el goce surge como aquello que da respuesta a un mandato que no responde a ningún cálculo de esa naturaleza: aquello que excede estas conceptualizaciones.

Este mandato se encuentra localizado en una instancia ya conocida en los escritos de Freud: el Superyó. Dentro de la lectura y significaciones otorgadas a esta instancia, se había fijado al superyó como heredero del complejo de Edipo, aquella voz internalizada de la autoridad paterna que prohíbe y que produce culpa cuando el sujeto se aparta del ideal —el Superyó es como aquella ley moral que dice “no debes”—. Sin embargo, Freud en “*El malestar en la cultura*” (1930), menciona algo que desencaja dentro de esa lectura cargada de significaciones morales: el Superyó se vuelve más cruel e implacable que cualquier autoridad externa que hayan conocido, incluso en quienes se han comportado de manera ejemplar. Lacan retoma aquel exceso y lo profundiza, convirtiéndola una de sus mayores y radicales formulaciones: el Superyó

no es fundamentalmente la instancia que prohíbe el goce, sino la instancia que lo ordena. Su único mandato ineludible, es: “¡Goza!” (Lacan, 2008, p. 11).

Si el superyó fuera solamente esta instancia encargada de la prohibición, la conducta catalogada como compulsiva podría leerse como una mera transgresión —el sujeto haría algo prohibido, y bastaría con reforzar la prohibición para que cediera—. Pero si el superyó dentro de su núcleo conserva un ánfora cargada de mandatos de goce, la lógica es totalmente inversa: el sujeto no transgrede nada, más bien, obedece; y esa obediencia no conoce de treguas, porque el goce que le fue ordenado no admite negociación ni medida de sustitución. No hay “suficiente goce” que satisfaga al mandato y lo haga callar. Por eso un argumento basado en la lógica de la razón —“esto no te hace bien”— rara vez logra interrumpir por sí solo una satisfacción de este tipo: no se dirige a la instancia que efectivamente la sostiene.

3.1.1.2. El cuerpo como sustancia gozante.

Si el goce fuera aquello que es solo un mandato: una sustancia abstracta, este quedaría flotando sin un lugar de inscripción. Por eso, Lacan lo ancla en la existencia misma del cuerpo mediante el concepto de sustancia gozante (Lacan, 2008, p. 32), una de las mayores formulaciones dentro del Seminario 20. Con ella, reescribe las dos sustancias que Descartes había separado tan asiduamente: la “res cogitans” (la sustancia pensante) y la “res extensa” (la sustancia extensa, el espacio puro y medible). En relación con la primera, Lacan subvierte el estatuto del cogito al afirmar que “el sujeto no es el que piensa” (Lacan, 2008, p. 30): lo que verdaderamente lo sostiene no es su capacidad de pensarse a sí mismo. El cogito pierde así su lugar de certeza, y lo único cierto que queda es que “un cuerpo es algo que se goza,” lo sepa el sujeto o no (Lacan, 2008, p. 33).

El cuerpo, entonces, se define en su esencia por ser “algo que se goza” (Lacan, 2008, p. 33). Pero ese goce no pertenece al orden de lo instintivo ni de lo puramente animal, más bien, es lo que se nombraría como:

El significante es la causa del goce. Sin el significante ¿cómo siquiera abordar esa parte del cuerpo? ¿Cómo, sin el significante, centrar ese algo que es la causa material del goce? Por desdibujado, por confuso que sea, una parte del cuerpo es significada en este aporte. (p. 33)

Es decir, el lenguaje afecta al organismo “corporeizándolo de manera significativa” (Lacan, 2008, p. 33), y es esa lógica la que permite que la excitación logre detenerse, se centre, se localice en ciertos puntos del ser hablante, en lugar de estar dispersa como una masa amorfa, caótica, confusa e indiferenciada de excitación. Sin la mediación de un significante que lo centre, el goce no tendría dónde encontrar un alojamiento: sería pura invasión, angustia sin bordes; angustias sin nombre.

3.1.1.3. El goce ante la “no relación sexual”: el goce fálico siendo un obstáculo.

El goce, en la enseñanza de Lacan, es como aquello que intenta suplir o cubrir un hecho inherente a los azares estructurales del sujeto ante la no relación sexual (Lacan, 2008, p. 17). Esto significa que una unión entre los sexos no puede escribirse ni formularse en el lenguaje, no existe, en la lengua, una escritura que garantice la proporción entre los sexos como se formula, por ejemplo, una ecuación (Lacan, 2008, p. 46). Ante esta imposibilidad, el sujeto queda atrapado dentro de una amalgama de circuitos de goce parciales, siendo el más relevante de ellos el goce fálico: aquel es goce del órgano que funciona como un obstáculo (Lacan, 2008, p. 15), dejando al sujeto capturado dentro de su propio sistema de signos y de fantasma, prescindiendo totalmente del lazo social simbólico. Lacan señala que “El goce, en tanto sexual, es fálico, es decir, no se relaciona con el Otro en cuanto tal.” (Lacan, 2008, p. 17). Si bien es cierto, el goce fálico no resuelve la imposibilidad de la relación sexual: este la vela, la disimula, y ofrece un sustituto de encuentro donde el *encuentro* propiamente dicho es lógicamente inalcanzable.

Esta estructuración conceptual —que asienta sus pasos sobre el mandato superyoico y la sustancia gozante— permite diseminar en cuatro consecuencias del goce fálico que el propio Seminario 20 permite comprender.

3.1.1.3.1 El goce del idiota.

Lacan califica al goce fálico con una expresión deliberadamente abrupta: el “gocce del idiota” (Lacan, 2008, p. 114). Al referirse al significante amo (S1) como el significante del goce, Lacan profundiza esta expresión calificándolo como “el más idiota, en ambos sentidos del término” y agrega que se trata de un “gocce también singularísimo” (Lacan, 2008, p. 114). Es un goce que el sujeto obtiene a solas consigo mismo, no un goce compartido o intersubjetivo.

Esta modalidad de satisfacción se sitúa en la “sustancia gozante” del cuerpo propio (Lacan, 2008, p. 33), espacio donde el sujeto se goza a sí mismo, en la medida en que “el significante es la causa del goce” (Lacan, 2008, p. 33). Siendo el goce fálico el obstáculo por el cual “el hombre no llega... a gozar del cuerpo de la mujer” (Lacan, 2008, p. 15), se confirma que este se ejerce en lo privado, prescindiendo de un lazo simbólico auténtico con la alteridad. Es en este sentido que se nombra al goce como “necio”: ya que este no tiene saber sobre sí mismo, se goza pero no se entiende. El S1 —el enjambre— no representa al sujeto para otro significante; es decir, rompe la regla general según la cual ningún significante significa solo, sino que necesita de otro significante (S2) para producir sentido. Lo que asegura, en cambio, es únicamente “la unidad de la copulación del sujeto con el saber” (Lacan, 2008, p. 173), en un circuito que prescinde del lazo con el S2. Esta lógica se sostiene bajo la premisa de que “un significante representa un sujeto para otro significante” (Lacan, 2008, p. 170), y es ese contraste el que permite entender la excepcionalidad de S1 como significante sin par, autorreferencial.

3.1.1.3.2. El goce de una “parte” del cuerpo.

Lacan precisa que “no se puede gozar más que de una parte del cuerpo del Otro,” (Lacan, 2008, p. 33) es decir, ningún cuerpo puede ser gozado en su totalidad, siempre queda reducido, en el goce, a un fragmento. El sujeto fálico busca estructuralmente ese fragmento antes que el todo, evitando así el abismo que representaría un encuentro no mediado con la falta que ese Otro, en su totalidad inalcanzable, siempre porta.

3.1.1.3.3. La suplencia

Ante el postulado de que no hay relación sexual, Lacan plantea que el ser hablante recurre a diversos dispositivos de suplencia para intentar bordear ese vacío estructural. Lacan afirma que “lo que suple a la relación sexual en cuanto inexistente hay que articularlo justamente según él para-ser,” (Lacan, 2008, p. 58) y agrega, que “lo que suple la relación sexual es precisamente el amor,” (Lacan, 2008, p. 59) ubicando así al amor como la suplencia primordial de dicha ausencia. No obstante, ninguna suplencia —el amor, o incluso, en una lectura extensiva, los gadgets que produce el discurso científico (Lacan, 2008, p. 99)— logra cerrar la hiancia que pretende obturar; el sujeto permanece atado a la reiteración de su propio goce fálico, el cual funciona como el obstáculo por el cual el hombre no llega a gozar del cuerpo de la mujer (Lacan, 2008, p. 15). En este circuito, el sujeto repite el intento de suplir la falta mediante el

significante sin que el otro margen sea jamás alcanzado del todo, lo cual anticipa la distinción entre la repetición y la mera reiteración de goce.

3.1.1.3.4. La función de lo escrito.

Finalmente, Lacan vincula la imposibilidad inherente de la no relación sexual con una exigencia de escritura (Lacan, 2008, p. 46): entendiendo que donde la relación no puede escribirse como fórmula, algo permanece e intenta escribirla de todos modos. Esta proliferación incesante de signos no hace más que alimentar el obstáculo fálico: cada intento confirma, por su propia insistencia, que aquello que se busca escribir sigue, después de cada intento, sin quedar escrito.

Estos cuatro desarrollos —el goce del idiota visto como un circuito autoerótico que prescinde del Otro, la fragmentación del Otro en “partes” gozables, la suplencia que no logra dar solución al vacío del cual promulga cerrar, y la escritura de múltiples intentos que en vano buscan fijar lo que no puede formularse— permiten comprender por qué el goce fálico, tal como Lacan lo formaliza en el Seminario 20, ofrece un amplio entendimiento de como el goce hace de las suyas en el ser hablante.

3.1.2. La angustia y el objeto a: Precisiones desde el Seminario 10.

Este apartado busca desarrollar los aportes del Seminario 10: La angustia, para comprender la compulsión al uso de redes sociales desde una perspectiva clínica. A partir de la formalización del concepto de la angustia y del objeto *a*, se busca explicar cómo la fragilidad de las identificaciones contemporáneas deja al sujeto expuesto frente al deseo del Otro y cómo la búsqueda compulsiva de estímulos constituye un intento de responder a dicha irrupción mediante objetos que funcionan como semblantes del objeto *a*. Finalmente, se aborda el momento en que el objeto deja de estar al servicio del sujeto para convertirse en aquello que organiza su economía de goce.

3.1.2.1. El único afecto que no miente: La angustia frente a la liquidez.

En el Seminario 10, Lacan (2006) realiza una reformulación del concepto de angustia al otorgarle un estatuto singular entre los afectos. Lejos de ser entendida como una emoción derivada del miedo o hermana de la incertidumbre, la sitúa como aquel afecto estructural que mantiene una relación privilegiada con lo Real y con la constitución misma del sujeto. Mientras otros afectos pueden girar alrededor de las identificaciones imaginarias del yo o de las representaciones mediante las cuales el

sujeto interpreta su experiencia, la angustia constituye aquello que escapa a dichos montajes simbólico-imaginarios. En este sentido, Lacan afirma que “la angustia, de todas las señales, es la que no engaña,” (Lacan, 2006, p. 174) mostrando que se trata del único afecto que pone en evidencia, sin necesidad de mediaciones, un punto de verdad de la experiencia subjetiva.

Si bien, esta afirmación implica distinguir la angustia de otros afectos, como el amor o el odio, los cuales tienen la característica de sostenerse en identificaciones, ideales o ficciones que el sujeto construye acerca de sí mismo y de los otros. La angustia, por el contrario, se hace presente precisamente cuando dichas construcciones vacilan y dejan de ofrecer una respuesta consistente frente al deseo del Otro. Por ello, Lacan la define también como “es ese lo que no engaña, lo fuera de duda,” (Lacan, 2006, p. 87) indicando que su aparición indica el encuentro con aquello que no puede ser completamente simbolizado ni absorbido por las imágenes del yo.

Aquella formulación adquiere un estatuto privilegiado para comprender la complejidad de la subjetividad contemporánea. Como se desarrolló en los apartados anteriores, la hipermodernidad se caracteriza por la proliferación de identificaciones líquidas, marcadas por la inestabilidad, la constante renovación de referentes y la centralidad de la imagen en la construcción del yo. Dentro del vasto campo de las redes sociales, dichas identificaciones se evidencian en el despliegue de una incesante búsqueda de reconocimiento, a través de perfiles curados para encajar con el algoritmo. No obstante, el sujeto al ser dependiente de una validación que constantemente debe ser renovada por el Otro, estas construcciones identitarias permanecen estructuralmente precarias y susceptibles de perder su consistencia.

Lacan (2006) precisa esta relación con el Otro al definir que “La angustia, nos enseñó Freud, desempeña en relación con algo la función de señal. Yo digo que es una señal en relación con lo que ocurre respecto de la relación del sujeto con el objeto a en toda su generalidad” (p. 98).

Esa misma relación de la angustia con el Otro (Lacan, 2006, p. 13) es la que Lacan formaliza mediante el ¿Che vuoi?, ¿Qué quieres?, bisagra entre los dos pisos del grafo que articula la relación con el deseo y la identificación narcisista (p. 13). Forzado el mecanismo, ese interrogante deriva en el “¿Qué me quiere?”, pregunta suspendida que

no se limita a lo que el Otro pide, sino que concierne directamente al lugar mismo del yo (p. 14).

Así, cuando estos soportes imaginarios que buscaban responder a esa pregunta dejan de sostener al sujeto, aparece aquello que intentaban velar. Lacan (2006) sitúa este momento en la falla de la función especular: cuando la imagen que sostiene al yo “comienza a no mirarnos ya a nosotros mismos”, se abre una extrañeza que es la puerta a la angustia (p. 100). La desaparición de una tendencia, la pérdida del reconocimiento, la disminución de la interacción o la imposibilidad de mantener una imagen idealizada pueden producir un momento de vacilación en el que el sujeto queda confrontado con la falta que ninguna identificación consigue colmar. En este punto, la angustia no se hace presente porque se haya perdido un objeto concreto, sino porque se resquebraja el velo imaginario que mantenía una cierta consistencia. El sujeto queda entonces expuesto al deseo del Otro sin una mediación simbólica suficiente, encontrándose frente a aquello que las identificaciones digitales intentan mantener fuera de escena.

Desde esta perspectiva, la compulsión al uso de las redes sociales puede comprenderse como una respuesta defensiva frente a la irrupción de la angustia. El desplazamiento incesante entre publicaciones, historias, videos no constituye únicamente una práctica de entretenimiento o consumo infinito de información, sino también un intento de evitar ese instante de detención en el que el sujeto podría confrontarse con su propia falta. Es decir, la pantalla ofrece un flujo continuo de imágenes y estímulos que restablece provisionalmente el sostén imaginario, impidiendo que se produzca ese “corte” donde la angustia, en tanto afecto que no engaña, se hace presente.

En este sentido, la compulsión otorga una nueva significación, siendo entendida como un exceso de uso tecnológico. La permanencia frente a la pantalla permite diferir el encuentro con aquello que las identificaciones líquidas no logran estabilizar, sosteniendo al sujeto en un movimiento constante que posterga la confrontación con la falta estructural inherente a casa estructura. Así, el artilugio digital se comprende como un recurso que mantiene activa la circulación de imágenes y reconocimientos, ofreciendo una respuesta inmediata frente a la angustia sin llegar nunca a resolver aquello que verdaderamente la produce.

Sin embargo, la angustia no constituye el punto final de este transitar. Porque la respuesta del sujeto no consiste únicamente en evitar el encuentro con la falta, sino en orientar su búsqueda hacia un objeto que promete restituir la consistencia que percibe perdida sin lograr hacerlo de manera concluyente y definitiva. Para comprender esta lógica resulta necesario introducir el concepto de objeto *a*, que Lacan nombra como el resto irreductible de la operación simbólica y como la causa que pone en marcha el deseo. Este objeto es también el causante de la angustia, no porque el sujeto pierda un objeto, sino porque, en ciertos momentos, la falta misma llega a faltar: no basta con que algo se vuelva anómalo o se desvíe de la normal, sino que es cuando ese lugar vacío deja de estar vacío, se completa por la presencia del objeto surge la angustia (Lacan, 2006, p. 52).

3.1.2.2. El objeto *a* como el resto: El motor de la búsqueda incesante.

Si la angustia es ese el afecto que revela la fragilidad de las identificaciones imaginarias resulta necesario introducir el concepto mediante el cual Lacan explica aquello que pone en marcha el deseo. En el Seminario 10, formaliza el objeto *a* como un elemento estructural que no corresponde a un objeto material ni a un bien susceptible de ser poseído, sino al resto que se produce a partir de la constitución misma del sujeto en el lenguaje. Afirma que “...en el sentido de la división, un resto, un residuo. Ese resto... es el *a*” (Lacan, 2006, p. 36).

Aquella noción de entendimiento como resto remite a la forma en que el sujeto ingresa al orden simbólico. Esta adquisición del lenguaje implica una pérdida: algo de la experiencia de satisfacción queda excluido de toda representación. Aquello que cae como consecuencia de esta división constituye el objeto *a*, el cual no puede recuperarse porque nunca fue un objeto poseído, sino es el residuo estructural que testimonia la falta introducida por el significante. Por ello, el objeto *a* no representa aquello que el sujeto desea alcanzar, sino aquello que mantiene vivo el deseo mismo. Como sostiene Lacan, “...este objeto debe situarse como la causa del deseo... el objeto está detrás del deseo” (Lacan, 2006, p. 114).

Se retoma esta distinción a fin de comprender la lógica del uso compulsivo de las redes sociales. Desde una perspectiva lacaniana, los estímulos digitales —likes, notificaciones, tendencias— no constituyen el objeto *a*. Más bien, estas funcionan como semblantes o incipientes soportes privilegiados de dicho objeto, presentándose

ante el sujeto como si pudieran restituir aquello que estructuralmente falta. Su eficacia no radica en la satisfacción que producen, sino en que renuevan constantemente la promesa de que el siguiente contenido o una nueva interacción ofrecerán finalmente aquello que aún no ha sido alcanzado.

De este modo, las plataformas digitales encuentran un terreno fértil en la estructura del deseo. Los algoritmos ofrecen una dinámica ininterrumpida de objetos parciales que mantienen abierta la expectativa de una satisfacción siempre diferida a cada espacio. Cada actualización del contenido y cada nueva notificación reactiva el circuito deseante sin permitir que este concluya, haciendo que la búsqueda se prolongue indefinidamente. Es en este sentido, que la lógica del dispositivo digital no consiste en satisfacer una necesidad concreta, sino en sostener el movimiento mismo del deseo mediante la producción continua de nuevos objetos que ocupan, de manera transitoria, el lugar de aquello que falta.

La aparente satisfacción que ofrecen las plataformas digitales resulta siempre parcial y efímera, lo que perpetúa y obliga al sujeto a reiniciar una y otra vez el circuito de búsqueda. Así, el objeto no pone fin al deseo, sino que lo relanza incesantemente, preparando el terreno para comprender el momento en que, dentro de la lógica adictiva, el objeto deja de estar al servicio del sujeto y termina organizando su modalidad de goce, cuestión que será desarrollada en el siguiente apartado.

3.1.2.3. El triunfo del objeto: Sujeto colonizado.

¿Qué sucede cuando el objeto deja de ocupar una función instrumental y comienza a organizar la economía pulsional del sujeto? En el Seminario 10, Lacan hace una observación al abordar la melancolía, donde señala que “...en la melancolía se trata de algo distinto... el proceso no culmina, porque el objeto supera a la dirección del proceso. Es el objeto el que triunfa” (Lacan, 2006, p. 362). Aunque esta formulación se refiere a una estructura, una forma de orden del psiquismo que ofrece una referencia para pensar aquellos fenómenos en los que el objeto adquiere una posición dominante sobre la vida anímica del sujeto. Aquello no consiste en una comparación de la melancolía con la compulsión al uso de redes sociales, sino en destacar la inversión de posiciones que Lacan describe: el sujeto deja de orientar su relación con el objeto y es el objeto el que comienza a dirigir su funcionamiento.

Desde esta perspectiva, la compulsión al uso de redes sociales puede entenderse como el momento en que el dispositivo deja de ser un medio de comunicación para convertirse en el medio que organiza el circuito pulsional del sujeto. El sujeto ya no utiliza el objeto únicamente porque lo desea, sino porque este se impone como única condición para sostener una determinada modalidad de goce.

En esta lógica, el sujeto queda sojuzgado por el objeto, en la medida en que la promesa permanente de una satisfacción mantiene incesante un circuito que se retroalimenta. La mirada del Otro digital adquiere un lugar privilegiado en la subjetividad. De este modo, las plataformas digitales incorporan al sujeto dentro de un bucle donde también él pasa a convertirse en objeto de observación y circulación de goce. El consumidor termina siendo, simultáneamente, consumido por la lógica del mercado que promulga la atención.

En consecuencia, la compulsión deja de organizarse en torno a la obtención de placer. Y la satisfacción experimentada en cada interacción resulta breve y rápidamente insuficiente, lo que obliga a reiniciar una y otra vez el circuito de búsqueda. El objeto, mantiene abierta la falta que prometía colmar, reforzando así el movimiento compulsivo. La incesante permanencia frente a una pantalla constituye una modalidad que procura evitar el encuentro con la angustia, aunque el precio de dicha defensa sea la creciente subordinación del sujeto al propio circuito de goce.

Esta lógica de subordinación de objeto permite introducir el siguiente apartado, donde Gil Caroz profundiza esta lógica mediante el concepto de reiteración del goce. Si Freud había mostrado que el sujeto repite y Lacan explicó que dicha repetición se articula con el goce y el objeto *a*, Gil Caroz permitirá comprender por qué ya no se trata simplemente de una repetición que busca elaborar una experiencia, sino de una reiteración que se basta a sí misma y que mantiene al sujeto encerrado en un circuito autoerótico de goce.

3.1.3. Gil Caroz: de la repetición a la reiteración del goce

Gil Caroz, en su texto *“Modos de goce, el tiempo para elegir”* (2018), ofrece una lectura sobre las dinámicas muy propias de la época contemporánea. Ubicando los presentes grandes cambios en la declinación del puritanismo victoriano y su punto de inflexión en mayo del ‘68, cuando el “sentido sexual que afloró de la prisión de lo reprimido, abrió la vía a nuevas formas de goce” (Caroz, 2018, p. 1). Una vez

levantado el velo que antes regulaba el goce, el aburrimiento que sobreviene “se logra sobrepasar solamente con la transgresión de las fronteras del principio del placer” (Caroz, 2018, p. 1). En ese contexto, “los objetos de consumo no se limitan más a convocarnos a gozar, se imponen de manera imperativa y superyoica: ¡goza!” (Caroz, 2018, p. 1).

Para explicar cómo se instala ese goce en cada sujeto, Caroz retoma de Jacques-Alain Miller la fórmula “el Uno-todo-solo es el destino” (Caroz, 2018, p. 2). Con ella designa un punto de encuentro que antecede al sujeto propiamente dicho: un significante suelto, todavía no enlazado a la cadena del Otro, se inscribe sobre el cuerpo de manera contingente y traumática, y produce ahí un goce que no depende de ningún lazo intersubjetivo, sino del cuerpo mismo. Ese goce es “autoerótico por excelencia”, el “de un cuerpo que se goza” (Caroz, 2018, p. 2) y no del Otro. Es un punto inaccesible en sí mismo, que cada sujeto deberá conmemorar de algún modo, “sea por la vía de la repetición, o bien, de la reiteración” (Caroz, 2018, p. 2).

Frente a esa irrupción del goce en el cuerpo, Caroz ubica entonces dos destinos posibles. La repetición responde a la lógica de lo simbólico: el sujeto acepta pagar el precio de la castración —renunciar a un goce pleno— a cambio de que ese goce pueda inscribirse en la cadena significativa, es decir, pueda ponerse en palabras y hacer lazo con el Otro. Sus paradigmas son “el goce fálico, estructurado por la alternancia entre tumescencia y detumescencia,” (Caroz, 2018, p. 2) y el goce del objeto situado en el fantasma; en todos los casos, se trata de modos de gozar que “implican de una u otra manera un lazo al Otro” (Caroz, 2018, p. 2): el goce narcisista, el masturbatorio, el del voyeur, entre otros.

La reiteración sigue una lógica distinta: se trata de “la reiteración de un goce excluido del Otro” que “rechaza la ley significativa y permanece ligado al Uno-todo-solo,” (Caroz, 2018, p. 3) es decir, de la producción, una y otra vez, de un mismo encuentro con un goce que no logra —ni busca— traducirse en palabras. Caroz precisa que “las “adicciones” son las formas modernas de designar lo que llamamos esta reiteración de goce” (Caroz, 2018, p. 3).

	Repetición	Reiteración
Registro	Simbólico (ley del significante)	Real (Uno-todo-solo)
Relación con el Otro	Mantiene el lazo, paga el precio de la castración	Excluida del Otro, la rechaza
Goce obtenido	Negativizable: puede ponerse en palabras	No negativizable
Paradigmas	Goce fálico, goce del objeto en el fantasma, Witz, narcisismo	Adicciones, hipersexualidad

Tabla 2. Diferenciación entre repetición y reiteración. Elaboración propia en base a Caroz (2018).

La compulsión es, así, “la primera vez” incesante (Caroz, 2018, p. 3): cada instalación del modo de gozar no se acumula con la anterior, sino que conserva, cada vez, “la dimensión de la primera vez” (Caroz, 2018, p. 3). No hay, entonces, acumulación que permita aprender, hastiarse o historizar lo vivido: cada gesto sustituye por completo al anterior, sin continuarlo. El cuerpo queda así en “un estado de excitación permanente” (Caroz, 2018, p. 3) que el sujeto intenta regular por vías diversas, sin que ninguna de ellas logre historizar el exceso de goce que las convoca. Y concluye Caroz que estas reiteraciones “no responden a ningún sentido en lo que al Otro en tanto simbólico respecta” (Caroz, 2018, p. 3).

Desde esta perspectiva, la distinción entre repetición y reiteración permite leer de otro modo la compulsión al uso de las redes sociales en los jóvenes adultos. Mientras la repetición dejaría un resto posible de simbolizar para el sujeto — siendo este un aprendizaje que, con el tiempo, acercaría al sujeto a un cierto hastío—, la reiteración no admite cabida a esa acumulación; ya que el goce se produce y se agota en la misma acción, sin historizarse, sin construir una continuidad con los hechos anteriores. Que Caroz ubique justamente a las adicciones como la forma moderna de esta reiteración moviliza a pensar la permanencia a las redes bajo esa misma lógica: un goce excluido del Otro simbólico, con un uso desmedido normalizado, ajeno al desgaste de la experiencia y, por ello, poco sensible a las estrategias de moderación fundadas en la fuerza de voluntad o el aprendizaje.

3.1.4. Aplicación de lógicas al uso compulsivo de redes sociales.

Habiendo ya recorrido los pasajes de “Más allá del principio del placer” propuesto por Freud —que posteriormente contribuyó a la formulación del ahora fundamentado

concepto de goce—, y consecuentemente habiéndonos servido de la lógica de la angustia y el papel fundamental que juega el objeto *a* en esta, para posteriormente delimitar la diferencia entre repetición y reiteración, corresponde ahora reunir estas piezas para responder la interrogante que nos convoca a la realización de este acápite: ¿por qué el sujeto contemporáneo no logra desligarse del uso compulsivo de las redes sociales, aun cuando ese uso no le otorga un bienestar identificable? Responder esta pregunta no es un desvío del interés que guía la presente investigación, sino su condición de posibilidad: comprender la lógica de goce que sostiene la compulsión — el mandato superyoico, la autosuficiencia del goce fálico, la reiteración sin historización— es lo que permitirá entender, más adelante, cómo esa misma compulsión termina moldeando las identificaciones con las que el sujeto contemporáneo se presenta ante el Otro digital.

Los primeros pasos sobre esta interrogante encuentran respuesta bajo la premisa de que no estamos frente a una simple búsqueda de placer. El sujeto que revisa compulsivamente su teléfono no ignora, la mayoría de las veces, que esa conducta le hace mal: sabe que la comparación con la vida ajena lo angustia, que el tiempo invertido lo culpabiliza, que el cansancio posterior al sumergirse en la red no se parece a ningún descanso. Si el principio de placer fuera el camino que guíe aquel entendimiento, ese malestar cumpliría la función de límite —tal como funciona, en la vida cotidiana, el hastío que finalmente hace que alguien deje de comer algo que ya no le resulta agradable—. Pero no ocurre así. Esta persistencia a pesar del malestar es, precisamente, el mismo fenómeno que desconcertó a Freud cuando encontró pacientes que repetían en sueños la escena traumática en lugar de elaborar deseos: una satisfacción que se sostiene en contra del bienestar, no en su búsqueda. Es ese excedente el que Lacan nombrará goce, y es esa misma observación —el malestar que no logra cumplir la función de freno— la primera evidencia de que el fenómeno que estamos describiendo pertenece a ese registro y no al del placer.

No se trata de que el sujeto carezca de voluntad, ya que este muy bien puede teorizar valiéndose del uso de la razón. Sin embargo, el razonamiento se dirige al yo, a la instancia que tasa los costos y beneficios; pero lo que sostiene la compulsión, según hemos visto, es un mandato superyoico —“¡Goza!”— que no negocia con esa instancia. El superyó, bajo el entendimiento lacaniano, no es la voz que dice “no debes”, a la que podría oponerse una razón; es la voz que ordena gozar sin

condiciones, y frente a una orden de tal naturaleza no hay argumento posible, porque el argumento llega a un destinatario (el yo razonable) que no es quien está al comandando la escena.

El dispositivo no requiere que la promesa social que ofrece —conectar, ser visto— se cumpla efectivamente para sostener el enganche. Si el goce fálico es, como vimos, un goce del idiota —autoerótico, que se consume sin necesidad real del Otro—, entonces la red social puede fallar sistemáticamente en su función sin lograr que eso alcance para que el sujeto se retire.

Aquello busca explicar la paradoja del por qué una persona puede sentirse cada vez más sola y, al mismo tiempo, permanecer cada vez más conectada en la red. Si entendemos que el circuito que se sostiene no depende de que la soledad se resuelva, sino de que el cuerpo siga encontrando, en el objeto, ese punto de goce autoerótico que no necesita del Otro para producirse. Lacan menciona que no se puede gozar más que de una parte del cuerpo del Otro —nunca de su totalidad—, y las redes sociales, sin lograr ofrecer un Otro completo, ofrecen exactamente ese fragmento: una foto, un audio de pocos segundos, aquello no simplifica al Otro; reproduce con notable eficacia, la fragmentación que el goce fálico ya exigía de por sí.

El objeto *a*, tal como lo formalizamos a partir del Seminario 10, no es una meta que pueda alcanzarse y agotarse en la satisfacción: es causa del deseo, precisamente porque está perdido de antemano. Los estímulos que ofrece la pantalla funcionan como semblantes de ese objeto, y su eficacia está, precisamente, en no satisfacer del todo: cada notificación no cierra el circuito del deseo, lo relanza, dejando siempre abierta la promesa de que el próximo contenido sí será el definitivo. Sin embargo, aquella promesa es imposible de cumplir: ya que si el goce fálico existe es por y para velar eso real que es lo imposible de que exista una relación sexual escrita en el lenguaje, sin esto entonces cualquier gadget que se presente como puente sobre ese abismo está prometiendo algo que la estructura del lenguaje mismo no lo permite. Es por ello que ninguna interfaz puede lograr escribir aquello que Lacan formula como aquello que no es posible escribir; esa insatisfacción que producen estas plataformas —aquella sensación de que “algo falta” incluso cuando el encuentro técnicamente ocurrió— es la evidencia de una imposibilidad que preexiste a costas de cualquier tecnología.

A esto se suma lo trabajado a partir del Seminario 10 sobre la angustia y el objeto *a*. Vimos allí que, en ciertos estados en los que el desprendimiento del objeto no logra cumplirse —la melancolía, la adicción—, no es el sujeto quien se separa del objeto para poder seguir deseando otra cosa, sino que es el objeto el que triunfa sobre el sujeto. Esa misma inversión es la que puede leerse en la compulsión al uso de redes sociales: el dispositivo, pensado en su origen como una herramienta al servicio del sujeto, termina ocupando el lugar de mando sobre éste. El joven adulto ya no usa la pantalla para obtener algo puntual —información, contacto, entretenimiento—; es el estímulo el que dirige la escena, el que decide cuándo interrumpir lo que el sujeto estaba haciendo (con una notificación), el que organiza los tiempos muertos de su jornada. En ese punto el sujeto no solo permanece atrapado en un circuito de goce que no necesita del Otro real (el goce del idiota ya descrito): se convierte, además, en un objeto más dentro de la circulación de datos e imágenes que la propia red administra —consumidor y, a la vez, consumido por el sistema que lo consume—.

Si el uso de redes sociales respondiera a una lógica de repetición —si cada entrada a la plataforma dejara, aunque fuera mínimamente, un aprendizaje, un paso hacia alguna conclusión—, cabría esperar que en algún momento el sujeto llegara a un punto de saciedad, de hastío productivo, de “ya fue suficiente”. Es exactamente lo que suponen las estrategias habituales de moderación: uso más consciente, límites de tiempo, pausas programadas —todas ellas parten de la premisa de que hay algo que aprender del uso repetido, un saber que debería acumularse con la experiencia—. Pero si lo que realmente está en juego es reiteración y no una repetición, esa premisa queda obsoleta y eventualmente errónea: puesto que cada situación no se apoya en la anterior, no lo continúa; no se teje con él ninguna serie. Cada nuevo ingreso dentro de estas plataformas reinstaura el mismo encuentro inaugural el cual cautivo al sujeto (el scroll, deslizar), precisamente porque ese goce, al estar excluido del Otro y ligado al Uno-todo-solo, no es negativizable: no puede ponerse en palabras, entonces no puede historizarse, y no puede aprenderse nada de él. Las estrategias de moderación fallan, porque le exigen al sujeto que acumule experiencia sobre un goce que, por su propia naturaleza, no acumula nada.

El sujeto no permanece en las redes porque le produzcan placer, *sino porque sostienen un circuito de goce*. La compulsión, es efecto de la reiteración de ese goce —un goce que no negocia con la razón porque responde a un mandato superyoico—,

que se aloja en el cuerpo antes que en el pensamiento, que no necesita del Otro real para sostenerse, que termina invirtiendo el lugar del sujeto y el del objeto, que vela una imposibilidad estructural en lugar de resolverla, y que, por no historizarse nunca, no encuentra una continuación sino, siempre, un nuevo comienzo.

Es en este punto donde la lógica de goce recién se articula con el interés que orienta esta investigación. Las identificaciones con las que el joven adulto contemporáneo se presenta ante el Otro digital —el perfil, la estética curada, el yo virtual que se actualiza constantemente— son identificaciones líquidas: intercambiables, frágiles, sin la permanencia que antes ofrecían las identificaciones ligadas al nombre del padre. Pero esa misma liquidez, lejos de disolver también el goce, parece requerir cada vez más algo sólido: cuanto más volátil es la imagen que el sujeto sostiene de sí mismo ante los demás, más necesita un punto fijo, donde su cuerpo pueda seguir gozando sin depender de esa imagen. La compulsión, en este sentido, es el modo en que el joven adulto contemporáneo intenta procurarse cierta consistencia —aunque sea una consistencia alienante— frente a la fragilidad de unos lazos e identificaciones que ya no se la garantizan.

3.2. Las redes sociales como fuente de identificaciones en adultos jóvenes.

La época actual, con la globalización y la información al alcance de la mano, ha traído una nueva dificultad: si bien el internet ha democratizado el acceso a la información, actualmente nos encontramos en un punto de exceso, donde el sujeto se ve inundado de marcas, ideales y discursos diversos. Velásquez (2009) explica que actualmente nos encontramos en la era del capitalismo tardío, durante el cual el mercado (las redes sociales) han creado *kits* de personalidad, donde la identidad viene en un paquete adquirible de modas y gadgets. Hoy, esta problemática ha evolucionado, pues actualmente nos encontramos frente a términos como “*aesthetic*” (estética) y “*core*” (sufijo cuya traducción se refiere al corazón o la esencia de algo) como marcadores de “identidad personal” en redes sociales.

3.2.1. Aesthetic: las identificaciones contemporáneas.

Giolo y Berghman (2023) explican el concepto de “aesthetics” como etiquetas que agrupan varios objetos culturales —audiovisuales, música, ropa, escenarios, actividades, etc.— y los encapsula en una narrativa coherente a través de la cual el sujeto puede pensar y alinear sus experiencias de vida. De acuerdo con estos autores,

las “aesthetics” se constituyen de forma parecida a cómo se constituye un mito para Barthes, pues estas toman elementos reales, y ampliamente conocidos, y construyen una narrativa diferente alrededor de estos, manteniendo un hilo conductor, una temática, entre los diferentes objetos que la conforman. Al igual que el mito, estas “aesthetics” presentan variaciones de persona a persona, pues aunque se trata de una etiqueta, esta no funciona como un muro que marca límites claros, sino que se asemeja a un cercado de alambre: si bien marca una delimitación, la misma es flexible y permeable.

En cuanto a otras características de estas “aesthetics”, Gigolo y Berghman destacan que, al momento de explicarlas en línea, estas definiciones están acompañadas por términos que denotan una flexibilidad, no se usan términos inclinados a algo definitorio (ej. “Esto es...”) sino que se acompañan de palabras que expresan posibilidades (ej. “Puede incluir...; algunos ejemplos son...”); es decir, en lugar de decir “Dark academia es...”, se dice “Algunas películas/canciones que se asocian al Dark academia incluyen...”. Así mismo, estos autores encontraron que esta flexibilidad en las “aesthetics” nace ya que se constituyen alrededor de las experiencias subjetivas del individuo, los objetos que forman parte de una cierta “aesthetic” no son elegidos por sus características definitorias —como puede ser el género de una película o banda—, sino que se eligen en base al sentimiento, y, a las experiencias imaginarias que estas generan en el sujeto.

El artículo “*The aesthetics of the self: The meaning-making of internet aesthetics*” (2023) encontró que, al preguntarles, los individuos explican estas “aesthetics” usando principalmente acciones reales (caminar en un día soleado, escribir escuchando el sonido de la lluvia, etc.) o escenarios ficticios (descansar en una villa campestre, estudiar en una librería antigua, etc.) que surgen a partir de las sensaciones que estos objetos culturales, que asocian a esta “aesthetic”, les producen de forma particular. Así, estas “aesthetics” funcionan como forma de significar, de simbolizar las experiencias del sujeto en un marco que permite construir una narrativa más o menos coherente y cohesiva. Estas demuestran que, a pesar de vivir en un tiempo de “libertad” y “flexibilidad”, donde ya no hay macrorelatos sino que los microrelatos son la norma, el sujeto siempre busca una estructura, un nombre a través del cual pueda ordenar sus experiencias.

3.2.2. La masa y el enjambre: las redes sociales como espacios para ser alguien.

Sabemos que el ser humano es un ser social, pues no solo necesita del Otro para sobrevivir, sino que también lo necesita para constituirse, pues es a través de los otros que el individuo logra ser sujeto, donde se humaniza, donde adquiere lenguaje, y donde adquiere las identificaciones para construir su “ser”. Pero esto también levanta la interrogante de por qué el sujeto se encuentra tan llamado no solo a pertenecer a un grupo, sino también a modificarse a sí mismo para encajar; Freud en su obra *“Psicología de las masas y análisis del Yo”* (1975) explica qué lleva al sujeto a integrarse en una masa, y en tanto modificar su comportamiento. Freud propone que el individuo, al incluirse en una multitud, adquiere la propiedad de una “masa psicológica”. Le Bon (citado en Freud, 1975) explica 3 causas principales por las cuales los individuos actúan de manera diferente al pertenecer a una masa: La primera consiste en que el individuo adquiere un sentimiento de poder “invencible” y una desaparición del sentimiento de responsabilidad por sus acciones al ser parte de una masa, pues esta proporciona números y anonimato bajo el cual resguardarse. La segunda causa es el contagio, en la multitud todo sentimiento y acto son contagiosos, lo cual moviliza al individuo a dejar de lado su interés personal en favor del colectivo. La tercera causa es la sugestionabilidad, el individuo queda como hipnotizado, la voluntad y el discernimiento de la persona queda relegado y estos se orientan en su lugar a los ideales de la masa.

Si bien estas características responden a la interrogante de por qué las acciones de un individuo cambian al formar parte de una masa, todavía queda la cuestión de qué es lo que en primer lugar mueve a un individuo a integrarse a una masa. Freud explica que el principal factor es la Identificación, esta masa presenta rasgos que son atractivos para el sujeto, brindándole una forma de integrarse a este grupo a través de la adopción de una identificación en común que se posiciona psíquicamente en el individuo en el lugar de su Ideal del Yo. Generalmente estos rasgos giran alrededor de ideales que son valorados socialmente —justicia, carisma, liderazgo, compromiso, etc.— los cuales atraen al sujeto a pertenecer a esta masa como forma de hacerse un nombre y un lugar que le proporcione reconocimiento social y personal.

Esta es la masa psicológica clásica; sin embargo, con las redes sociales ocurre algo similar en superficie, pero completamente distinto a profundidad. Mientras que la masa psicológica de Freud está estructurada por individuos que se funden en una nueva unidad, formando un espíritu propio característico; lo que se puede observar en las

redes sociales es más bien un *enjambre digital* (Han, 2014), pues si bien hay multitud y grupos de personas, los individuos se encuentran asilados en su propia burbuja digital, no desarrollan un nosotros identificable, no hay una coherencia ni investidura emocional que proporcione un sentimiento de pertenencia, sino que se encuentra conformada por una multitud de idiosincrasias de sus individuos.

En la masa se pierde al individuo, al sujeto, y queda simplemente un miembro más de la masa, inidentificable en tanto sus características son los ideales, las identificaciones y el espíritu de la masa. Mientras que, en el enjambre digital, lo que se encuentran son personas agrupadas en un trend, una aesthetic, pero que no son masa en tanto no se funden con esta, sino que cada individuo cura su perfil (al seleccionar cuidadosamente qué publicar) para seguir estas —aquí se observa la propiedad de identificación de la masa—, pero no como pertenencia y comunidad, sino como forma de ser mirados, de obtener reconocimiento, para no perderse en el océano de contenido, de ser alguien y no ser invisibles.

Nos encontramos aquí ante un cambio de paradigma, donde antes los pasatiempos, las reuniones sociales, las experiencias en terceros espacios y los medios tradicionales —revistas, televisión, radio, los cuales son altamente regulados— eran la fuente privilegiada donde el sujeto podía encontrar identificaciones para construir su “ser”; han sido reemplazados por las redes sociales. Así, su fácil acceso, su inmediatez y por sobre todo su gran variedad de contenido, han provocado que ahora estas sean el lugar privilegiado del cual obtener identificaciones, pues a través de esta el sujeto no tiene que invertir grandes recursos en un trabajo intra e intersubjetivo, sino que obtiene un marco de “identidad” a través del significante de su “aesthetic”. Esta aesthetic viene con una lista de verificación de objetos marcables y adquiribles en el mercado, y en tanto “ser” a través de esa identificación; la cual está resumida y lista para usar en videos de menos de 3 minutos, en lugar un trabajo psíquico que se desarrolla a lo largo del tiempo. En las redes la información está masticada para que el sujeto no tenga que pensar a profundidad, y donde la inmediatez y la inundación de la variedad de contenido proporciona una opción siempre lista para usar, en la que no se cuestiona nada porque “los demás” ya lo aprobaron, y en tanto puede adoptarlo como forma de darse un nombre, un lugar, y un reconocimiento.

3.3. Las manifestaciones subjetivas en la virtualidad.

El sujeto contemporáneo actual se encuentra frente a un panorama complejo donde

el individuo debe construirse subjetivamente, armando un sistema de identificaciones que le permitan “ser”; y al mismo tiempo, se encuentra frente a la exigencia social de hacerse un lugar no solo en su vida diaria, sino también en la virtualidad, pues si no cuenta con una presencia online es “irrelevante” o incluso “no existe”. Y aún más complejo, esta presencia online debe ser “propia de la persona”, mientras que al mismo tiempo debe seguir a los trends actuales para ser relevante.

Durao et al. explica que lo que se puede observar en línea es un “*yo virtual*” (2024, p. 47), es decir, se crea un perfil cuidadosamente curado, donde se selecciona hasta último detalle acerca de qué mostrar, qué ocultar y qué producir en base a la retroalimentación (los likes, comentarios, etc.) que la imagen que presentamos genera, sumado a las tendencias del momento.

Actualmente, a nivel de cómo se presentan los perfiles personales de un sujeto promedio, podemos observar cómo estos se encuentran cada vez más curados, donde a pesar de no ser un “influencer”, el sujeto parece movilizado a que su perfil encaje de cierta manera con las tendencias actuales. Un claro ejemplo de esto es la prevalencia que se ha visto en los perfiles de redes sociales personales en seguir una “aesthetic”, donde el foco parece estar en que todo en su perfil encaje en esta “aesthetic” que sienten que los identifica. La página oficial que enlista las Aesthetics actuales (Aesthetics Wiki, 2020) lo ilustra muy bien, pues actualmente las aesthetics más populares parecen ser una cuantas: “Cottage core”, “Dark academia”, “Clean girl”, “Pink Pilates Princess”, “Messy French Girl”, etc., esto a pesar de la existencia de muchas otras aesthetics menos conocidas como: “cyber goth”, “whimsy goth”, “trauma core”, etc.

Pero esta prevalencia contemporánea de lo imaginario por sobre lo simbólico no viene de la nada, sino que, tal como lo explica el texto *En el Enjambre* (Han, 2014) los teléfonos digitales, y con ellos el acceso a redes sociales todo el tiempo y de forma instantánea, han ofuscado lo lento, la reflexión y el análisis de los matices, mientras que a su vez han incentivado a lo corto, a lo rápido y sobre todo a la imagen más que al contenido.

Lo digital somete a una reconstrucción radical la tríada lacaniana de lo real, lo imaginario y lo simbólico. Desmonta lo real y totaliza lo imaginario. El smartphone hace las veces de un espejo digital para la nueva edición posinfantil del estadio del espejo. Abre un estadio narcisista, una esfera de lo imaginario, en la que yo me incluyo. A través del smartphone no habla el otro. (Han, 2014,

p. 20)

En tanto más imaginarias que simbólicas, este tipo de identificaciones presentan un problema importante para los jóvenes actuales: en la medida en que son imágenes y semblantes, estas identificaciones que se obtienen de redes sociales no alcanzan para responder a la interrogante de quién es y cómo debe responder ese sujeto; pues al no tener un mensaje, una historia que las sostenga, no le dan los recursos al sujeto para construirse con estas identificaciones, no le explican quién es, pues no toman en cuenta sus experiencias, su deseo, su goce, su forma de sentir respecto al mundo y al Otro.

Pero entonces, si estas identificaciones no le dan al sujeto estas respuestas, ¿por qué las usan? Bauman en su libro *“Vida de consumo”* (2007) explica que la virtualidad le da la posibilidad al sujeto de nuevos comienzos, de borrar y volver a crear una identidad digital, probando hasta lograr un reconocimiento, sin necesidad de adoptar realmente esa identidad, pues solo basta con presentarla —curando el perfil— como si ese fuera el “ser”.

Los internautas buscan, encuentran y disfrutan de atajos que conducen directamente del plano de la fantasía a la aceptación social (aunque también sólo virtual) del “hacer creer”. Como lo sugiere Francis Jauréguiberry, transferir los experimentos de autoidentificación al espacio virtual produce la sensación de liberarse de las irritantes restricciones del mundo off line: “Los internautas pueden experimentar, una y otra vez, con nuevos roles a elección, y sin temor a las sanciones”. No debe extrañarnos entonces que, la mayoría de las veces, las identidades asumidas en el transcurso de una visita al mundo de conexiones y desconexiones instantáneas de Internet no puedan después ser sostenidas socialmente fuera de la red. Son verdaderas “mascaritas de carnaval”. (Bauman, 2007, p. 97)

En palabras de Barrionuevo, toda esta vorágine de identificaciones, se presentan como efecto del del consumo desmedido actual:

Estimulándose el presente y la inmediatez, el sujeto alienado en un frenético universo de compra-venta y consumo, suele vivir expectante y ansioso, sin poder disfrutar de lo que logra en tanto al momento mismo de la compra ya se encuentra otro producto de “última generación” en puerta que debería adquirir para estar a ritmo o en concordancia con lo que la moda o la vida moderna exige. Este modelo económico genera exclusión y marginación que lo sufren especialmente quienes se encuentran en los extremos de la cadena productiva,

en la entrada o en la salida, jóvenes por un lado y adultos de la así denominada tercera edad por otro, es decir: juventud y ancianidad. (Barrionuevo, 2011, p.164)

Así, bajo esta sociedad postmoderna, donde el imperativo radica en un sistema capitalista que promueve —y prácticamente exige— el consumo, las subjetividades contemporáneas se encuentran entonces atravesadas por el Discurso Capitalista.

3.3.1. El discurso capitalista: el imperativo contemporáneo.

Desde el psicoanálisis se entiende a los discursos como estructuras necesarias, las cuales más allá de las palabras, se tratan de formas de lazo social que permite darle un borde a aquello que se escapa de los significantes: el goce. Cardona (2020) explica como Lacan plantea 4 tipos de discurso (Amo, Universitario, Histórica, Analista) que permiten entender quién toma el poder, desde qué lugar, y de qué forma. Para comprender este discurso debemos entender 2 aspectos: los 4 lugares posibles, y los 4 elementos que van a rotar en estos lugares de acuerdo a cada discurso.

Posiciones		Elementos
<i>Semblante/Agente</i>	<i>Otro (goce)</i>	S1=Significante Amo S2= Significante del saber a = objeto causa del deseo y plus de goce \$ = sujeto dividido, en falta.
<i>Verdad</i>	<i>Producción/plus de goce</i>	

Tabla 3. Elementos de los discursos psicoanalíticos. Elaboración propia a partir de Cardona (2020)

Si bien el discurso capitalista no aparece dentro de los 4 discursos originales, este surge como una actualización del discurso del Amo. Cardona (2020) explica que el discurso capitalista difiere del discurso del amo de la siguiente forma: En el discurso del amo quien se ubica en posición de agente es el S1, el cual tiene relación directa con el objeto *a*, y el \$ se ubica en la posición de verdad (debajo del S1), en relación directa con el S2; así, el sujeto construye un S2 (fantasma) como forma de bordear este S1 (ligado al objeto *a*) que comanda su vida, la separación entre sujeto tachado y objeto *a* moviliza al sujeto a construir un fantasma para lidiar con la falta.

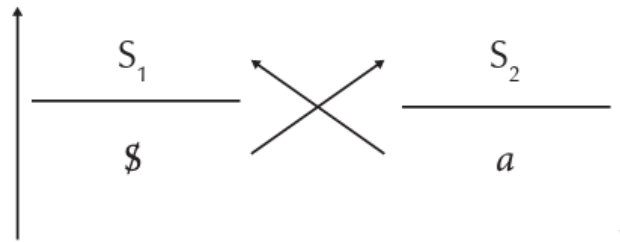


Figura 1. Discurso del Amo. Extraída del artículo de Cardona (2020)

Mientras que en el discurso capitalista hay una inversión de las posiciones de S1/\$, el cual Cardona describe en el siguiente esquema:

El orden en el que se presentan los elementos es el siguiente: un sujeto (\$), se dirige hacia el significante “Amo” (S1), que se conecta con el saber (S2), el cual responde con un objeto (a), que finalmente es dirigido al sujeto del cual parte el circuito. Por su forma de interconexión (∞), el circuito podría comenzar en cualquier lugar. (Cardona, 2020, p. 76)

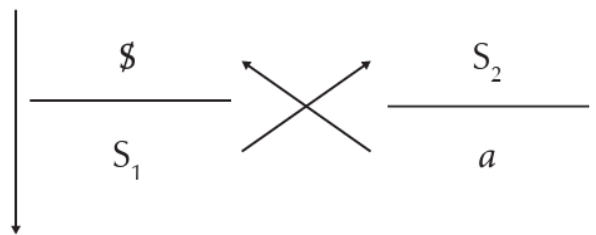


Figura 2. Discurso Capitalista. Extraída del artículo de Cardona (2020)

Explicado de manera más práctica, el discurso capitalista funciona así: El sujeto vive su vida bajo un S1, este gran significante que orienta su construcción subjetiva, y sobre el cual se pregunta; este mueve al sujeto a armar un S2 como forma de bordear ese S1 enigmático, y es en esta posición donde el sistema actual, bajo el cual se mueve la sociedad, interviene. El S2 será aquello donde el sujeto puede buscar respuestas, lo cual, en una sociedad posmoderna capitalista, termina siendo El Mercado. Continuando con el circuito, este S2 construye una respuesta —una cadena significativa, un fantasma— en torno al objeto *a* (la falta); y, al ser El Mercado el S2 actual, este dará respuestas en torno al consumo, a la adquisición de productos, creando una narrativa donde “Ese” objeto que falta, y que el sujeto busca, es uno tangible, en tanto puede ser obtenido; y que, si el que encontró no basta, entonces el sujeto puede seguir probando y adquiriendo objetos hasta alcanzar este estado de “plenitud” prometido por el mercado. Es en esta dinámica que este discurso toma una forma de infinito, pues como sabemos siempre debe faltar la falta, pues esta es la que nos mueve

a desear, a vivir, por lo cual es imposible llegar a esta “completud y plenitud” prometida por el mercado; lo que deja al sujeto en un ciclo de repetición de consumo eterno como forma de mal hacer con la falta.

A este panorama del discurso capitalista que rige los lazos sociales actuales se le agrega la función del panóptico digital (Ioskyn, 2015) de las redes sociales, lo cual genera individuos movilizados a producir, producir para tener con qué consumir; producir y exhibirse como forma de obtener valor. El mercado moldeó la forma de actuar, de pensar, y las formas/recursos para adquirir identificaciones que den cuenta de una construcción subjetiva propia. Al mismo tiempo, se motiva al sujeto a “ser el mismo”, siguiendo el discurso de “libertad” de la modernidad líquida actual, mientras que en la práctica es la producción, los recursos, y el mercado los que dictan qué es “aceptable” ser —aquello que esté en tendencia, y en tanto mueve a consumir—. Cardona, ilustra de forma muy precisa esta dinámica:

Ese llamado a ser yo mismo hace del sujeto un proyecto en permanente construcción, tal y como lo anota Byung Chul Han. De allí que quede sometido a la coacción que se exige a sí mismo para llegar a ser yo mismo. En esa vía el autor anota que la libertad del poder hacer genera más coacciones que el deber. Este sujeto, que es su propio coach y que es implacable consigo mismo, se convierte en esclavo de sí, explotándose de manera voluntaria. En la medida en la que esta libertad de sí, que se traduce en un mandato a ser yo mismo, introduce la lógica del capital: se es en cuanto capital, esto es, en cuanto valor de cambio. (2020, p. 88)

Así, las construcciones subjetivas contemporáneas se encuentran con un camino complejo, donde ya no solo se trata de que el sujeto encuentre quién es y cómo hacer con la vida, sino que también debe tomar en cuenta cómo se presenta ante el mundo, tanto físico como virtual, donde debe realizar un trabajo de equilibrio entre las exigencias de una sociedad líquida, consumista e hiperconectada, y la escucha de su propio deseo.

CAPÍTULO 4

Metodología

4.1. Enfoque de la Investigación

El presente trabajo se enmarca en el enfoque cualitativo, que según Hernández-Sampieri et al. (2014) se enfoca en comprender fenómenos al explorarlos desde la perspectiva de los participantes, en su ambiente natural y en relación con el contexto donde ocurre el fenómeno. Debido a esto, este enfoque sería el ideal para el presente trabajo, pues nos permite direccionar nuestra investigación en comprender cómo se dan las manifestaciones de las identificaciones desde la vivencia de los adultos jóvenes contemporáneos, los cuales se han visto inundados por las redes sociales en etapas sensibles de su crecimiento y construcción subjetiva, como lo fue la adolescencia durante el boom de redes sociales causado por la pandemia.

4.2. Alcance de la investigación

En cuanto al alcance de la investigación, esta tiene un alcance descriptivo, el cual según Hernández-Sampieri et al. (2014) busca “especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p. 92). Así, este alcance permite describir y especificar las propiedades del fenómeno de la construcción y manifestación de las identificaciones contemporáneas las cuales se encuentran atravesadas por las redes sociales.

4.3. Paradigma

La presente investigación se realiza bajo el paradigma hermenéutico fenomenológico, el cual Fuster (2019) explica de la siguiente manera:

Se fundamenta en el estudio de las experiencias de vida, respecto de un suceso, desde la perspectiva del sujeto. (...) El objetivo que persigue es la comprensión de la experiencia vivida en su complejidad; esta comprensión, a su vez, busca la toma de conciencia y los significados en torno del fenómeno. (p. 202)

De esta forma, este paradigma permite comprender el fenómeno de la influencia de las redes sociales en los procesos de identificación y en la construcción subjetiva a

través de la contextualización y comprensión de las experiencias subjetivas de adultos jóvenes usuarios de redes sociales que atravesaron la pandemia en su adolescencia, y cómo estas variables han influido en el armaje de las identificaciones que utilizan para moverse por el mundo actualmente.

4.4. Población

Hernández-Sampieri et al. (2014, p. 174) explica que la población es “el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”, en tanto la población objetivo de la investigación fueron jóvenes adultos entre 18 y 23 años que utilizan las redes sociales en la ciudad de Guayaquil. Se usó la muestra de casos tipo (Hernández Sampieri et al., 2014, p. 387), pues esta permite recolectar las experiencias de un grupo social específico; el cual para nuestra investigación sería jóvenes adultos de 18 a 23 años, quienes se encuentren cursando una carrera universitaria y que atravesaron la adolescencia (12-17 años) durante la pandemia COVID-19. Así, este tipo de muestra nos permite el acceso a sujetos que cumplen con criterios relevantes para la investigación, tales como edad, ser usuario frecuente de redes sociales y pertenencia a la comunidad académica señalada; permitiendo así lograr una comprensión profunda de las experiencias subjetivas y manifestaciones de las identificaciones de este grupo poblacional.

4.5. Técnicas de recolección de datos

Las técnicas de recolección de información realizadas son, en primer lugar, la revisión bibliográfica, la cual Coral (2016) explica como una técnica de investigación documental que implica la búsqueda sistemática, selección, evaluación crítica y síntesis de la literatura existente sobre un tema de estudio, con el propósito de fundamentar teórica y metodológicamente la investigación. Con esta técnica se realizó un análisis de la teoría de modernidad líquida (Bauman), concepto clave para contextualizar la época social actual bajo la cual se desarrolla nuestra investigación; y del concepto de identificaciones, trabajado desde los textos de Freud (1975) y Lacan, noción clave para el estudio de la construcción subjetiva de los individuos.

Además, se utilizó una encuesta cualitativa, la cual Jansen (2013) propone como la más recomendada para la exploración de significados y experiencias, así mismo, explica que la naturaleza cualitativa de este tipo de encuestas se da debido al análisis

que se hace de los datos. En tanto este tipo de encuesta no busca obtener datos numéricos estandarizables, sino que busca estudiar la diversidad, el comportamiento y las experiencias de los encuestados; de forma que se pueda lograr un análisis acerca de las características subjetivas de un determinado fenómeno. Esta encuesta cualitativa fue aplicada a través de un cuestionario en línea, el cual Hernández-Sampieri et al. (2014) explica como “un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir” (p. 217), y explica que una de las ventajas de aplicarlo en línea es se observa un mayor número de respuestas debido a su facilidad para contestar al estar disponibles a la conveniencia del encuestado, pues pueden responderlas a su propio tiempo e incluso desde su celular. Se obtuvieron 31 respuestas de estudiantes universitarios de las carreras de arquitectura, diseño gráfico y diseño de interiores, los cuales atravesaron la adolescencia (12-17 años) durante la pandemia.

Por último, se usaron grupos focales, los cuales Hernández-Sampieri et al. (2014) explica de la siguiente manera:

Algunos autores los consideran como una especie de entrevistas grupales que consisten en reuniones de grupos pequeños o medianos (tres a 10 personas), en las cuales los participantes conversan a profundidad en torno a uno o varios temas en un ambiente relajado e informal bajo la conducción de un especialista en dinámicas grupales (...) Más allá de hacer la misma pregunta a varios participantes, su objetivo es generar y analizar la interacción entre ellos y cómo se construyen colectivamente significados. (pp. 408–409)

Este grupo focal se realizó de forma virtual, a través del uso de la plataforma de Microsoft Teams, esto debido a que por conflictos de horarios no resultó posible realizarlo de forma presencial. Debido a la flexibilidad del grupo focal como técnica, y a su característica base de ser un diálogo grupal, este pudo realizarse exitosamente de forma online, pues como explica López (2022) las aplicaciones de videoconferencia actuales permiten sostener charlas grupales, mantener un orden y generar un ambiente lo suficientemente similar a un grupo focal presencial.

El grupo focal contó con la participación de 6 estudiantes universitarios de las carreras de arquitectura y diseño gráfico, los cuales atravesaron la pandemia entre sus 14 y 17 años (adolescencia media y tardía). Su participación se coordinó a través de

su respuesta positiva para participar en el mismo, en la última pregunta de la encuesta. De esta manera, se logró una exploración a profundidad de las vivencias subjetivas de un grupo de adultos jóvenes respecto a la influencia de las redes sociales en la construcción y manifestaciones subjetivas, obteniendo información relevante sobre experiencias compartidas clave para la construcción personal, y las formas en que esta se manifiesta en las construcciones subjetivas actuales. Así, esta técnica permitió recolectar información complementaria a la adquirida en el cuestionario; brindando un panorama más completo acerca de la influencia que tienen las redes sociales en los procesos de identificación en adultos jóvenes contemporáneos.

4.6. Instrumentos.

Con relación a las técnicas de recolección de información, se realizó un cuestionario semiestructurado con preguntas de tipo escala Likert y preguntas abiertas de seguimiento. Hernández-Sampieri et al. (2014, p. 217) explica que “Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir”. Así mismo, añade que estas preguntas pueden ser cerradas —es decir, con opciones específicas de respuesta— y/o abiertas, dependiendo del tipo de información (concreta o de experiencia personal) que se busque recoger. De esta forma, este instrumento permitió explorar el fenómeno estudiado, recolectando información no solo sobre experiencias concretas asociadas al fenómeno, sino también sobre la perspectiva subjetiva de los participantes acerca del mismo.

CAPÍTULO 5

Presentación y análisis de resultados

5.1. Presentación y Análisis de resultados.

Para este apartado se realizó un análisis principalmente cualitativo, apoyado en el uso de ciertos datos resumidos en forma cuantitativa para facilitar la visualización de las posiciones encontradas. El propósito de este análisis mixto es presentar de forma clara las tendencias encontradas durante la encuesta; complementándose con las preguntas abiertas de la encuesta, y las posturas obtenidas en la discusión grupal a través del grupo focal, logrando un análisis complejo que refleje no sólo hallazgos de patrones de comportamiento, sino cuál es el sentido subjetivo que estos mismos tienen en los participantes.

Las preguntas de escala tipo likert se codificaron en 2 grandes categorías analíticas:

- De acuerdo: calificaciones 3 y 4
- Desacuerdo: calificaciones 1 y 2

Para las citas de las respuestas de los participantes, en el caso de la encuesta se utilizó como identificador el número de respuesta generada automáticamente por el formulario (“ID”); y, en el caso de las citas extraídas del grupo focal, se utilizó un seudónimo para cada participante. Además, se categorizaron las preguntas en ejes temáticos que reflejan diferentes aristas del fenómeno, como forma de generar una comprensión holística de los resultados encontrados. Por último, se decidió dividir las respuestas en categorías por rango de edad, esto ya que cada una de estas etapas de la adolescencia conlleva momentos diferentes en el proceso de la construcción subjetiva:

Cohorte	Edad al inicio de pandemia	Edad actual	N	%
Adolescencia temprana	12 - 13 años	18 - 20 años	11	35%
Adolescencia media	14 - 15 años	19 - 22 años	12	39%
Adolescencia tardía	16 - 17 años	21 - 23 años	8	26%
Total			31	100%

Tabla 4. Cohortes de los resultados de la encuesta. Elaboración propia.

Respecto del grupo focal, se contó con la participación de 6 voluntarios (correspondiente al 20% de los participantes del estudio): 2 sujetos quienes atravesaron su adolescencia media durante la pandemia (BP2015, DC2014), y los 4 sujetos

restantes pertenecen al cohorte de adolescencia tardía (VV2317, JG2216, EG2216, YA2116), esta investigación reconoce la limitación que presenta la falta de representación de la adolescencia temprana en el grupo focal; sin embargo este aspecto fue suplementado con las respuestas de la encuesta.

La exposición se organiza en seis ejes temáticos —correspondientes a los seis bloques que articularon tanto el cuestionario como el contenido de la transcripción del grupo —, seguidos de una discusión que vincula los hallazgos entre sí y con el objetivo general de la investigación, un apartado de consideraciones derivado de revelaciones espontáneas recogidas durante el trabajo de campo. En cada eje se presenta primero el panorama cuantitativo (con sus respectivas tablas de frecuencias y porcentajes por cohorte), a continuación, el análisis que retoma los testimonios más significativos del grupo focal y de las respuestas abiertas de la encuesta, y finalmente una discusión clínica que pone estos hallazgos a trabajar con el aparato conceptual desarrollado en los Capítulos I, II y III de esta tesis.

Esta tercera lectura —de carácter clínico— retoma cinco desarrollos teóricos centrales para esta investigación: el tiempo lógico de la juventud, entendido como el trabajo psíquico de salida de lo endogámico hacia lo exogámico (Barrionuevo, 2011); las tres modalidades de identificación descritas por Freud (1975) —primaria, por introyección y por contagio—; la modernidad líquida y las identificaciones líquidas que de ella se desprenden (Bauman, 2003, 2007); el discurso capitalista, con su lógica de circuito infinito entre el sujeto, el Mercado y el objeto (Cardona, 2020); y las distintas modalidades del goce trabajadas a partir de la enseñanza de Lacan y de la lectura que de ella hace Gil Caroz (2018) —particularmente la distinción entre repetición y reiteración—. Esta articulación tiene como objetivo mostrar cómo estos conceptos permiten leer con mayor precisión aquello que los propios participantes —muchas veces sin saberlo— ya estaban poniendo en palabras.

5.1.1. Eje 1. Uso de las redes sociales

Encuesta: P6. ¿Cuáles de las siguientes redes sociales utiliza con más frecuencia? (selección múltiple)

Plataforma preferida	Adolescencia temprana (12-13 años)	Adolescencia media (14-15 años)	Adolescencia tardía (16-17 años)	Total
TikTok	10	11	6	27

Instagram	6	10	6	22
Youtube	6	10	5	21
Pinterest	6	2	3	11
Facebook	0	0	2	2
X (Twitter)	1	1	0	2
Otras: WhatsApp	1	0	0	1

Tabla 5. Respuestas de la pregunta 6 de la encuesta. Elaboración propia.

El uso de redes sociales de tipo “expresión social” son aquellas con mayor prevalencia en las 3 cohortes de edad, más específicamente, siendo TikTok e Instagram las plataformas más comúnmente usadas por los encuestados; a estas le siguen Youtube y Pinterest, dejando de último, y en tanto como las menos usadas, a X (twitter) y Facebook. Se puede observar que las 4 plataformas que fueron elegidas como las más utilizadas son todas redes sociales caracterizadas por presentar contenido audiovisual llamativo, mayoritariamente de corta duración (TikTok, Instagram), y que se especializa en las imágenes, en lo visualmente atractivo (Instagram, Pinterest) más que en un mensaje.

Estos resultados nos llevan a interrogarnos no tanto *qué* consumen los participantes, sino *cómo* se relacionan con aquello que consumen, ya que los datos sugieren que se trataría de una modalidad de acceso al contenido privilegiadamente mediada por la imagen, el fragmento y la inmediatez, por sobre modalidades que requieren una mayor mediación simbólica —el desarrollo de una idea, la exposición de un argumento, el relato sostenido—. Revelando así la primacía del registro imaginario sobre el simbólico en el consumo digital.

Se logra comprender esta preferencia a partir del concepto de goce fálico delimitado por Lacan: entendiéndose como una satisfacción completamente autoerótica que prescinde de la mediación de la palabra y de un Otro real (Lacan, 2008, p. 17); dentro del consumo audiovisual licuificado este circuito recorta específicamente aquel punto entre el ojo y la imagen. Siendo el propio formato de estas plataformas el que ofrece, además, el tipo de objeto que ese circuito favorece: ya que no se trataría de una totalidad que deba sostenerse, elaborarse o historizarse, sino como fragmentos sucesivos —reels, audios cortos, etc.— capaces de relanzar la atención de manera

inmediata. No sería, entonces, el contenido puntual lo que explica esta modalidad de consumo, sino la forma misma en que el dispositivo presenta el objeto al sujeto.

Esta lectura se inscribe bajo la influencia de la modernidad líquida, concepto base que convoca la investigación. Se trata de un escenario de referentes fluctuantes, transformación constante y pérdida de consistencia, en el que la fugacidad de las tendencias y la velocidad de circulación de los contenidos favorecen precisamente una relación con los objetos que no exige permanencia. En lo tocante a las redes sociales, estas ofrecen un sinnúmero de experiencias, pero organizadas bajo la lógica de la inmediatez, que reduce el tiempo de permanencia en cada una de ellas. Es aquí donde se visualiza una paradoja entre la abundancia de lo que puede verse y la escasa necesidad de detenerse en lo que efectivamente se ve; no porque el sujeto carezca de recursos simbólicos, sino porque el dispositivo ofrece, como vía privilegiada, una experiencia que puede prescindir parcialmente de ellos.

Aquello nos sugiere que las plataformas predominantes no funcionan únicamente como soporte de comunicación; su propia forma organiza una modalidad particular de encuentro entre el sujeto y el objeto. Este resultado establece, así, qué tipo de objeto es el que el sujeto tiene delante. Los resultados que siguen permiten preguntar por otras dimensiones de esa misma relación: cuánto tiempo permanece el sujeto capturado por ese objeto, qué funciones concentra ese mismo dispositivo y qué lugar reconoce conscientemente ocupar en su propia vida.

Encuesta: P7. ¿Cuántas horas utiliza las redes sociales al día?

Cohorte	< 2h	2 - 4h	4 - 6h	> 6h
Temprana (12-13 años)	2 (18%)	6 (55%)	0	3 (27%)
Media (14-15 años)	0	4 (33%)	5 (42%)	3 (25%)
Tardía (16-17 años)	0	2 (25%)	4 (50%)	2 (25%)
Total	2	12	9	8

Tabla 6. Respuestas de la pregunta 7 de la encuesta. Elaboración propia.

Los resultados muestran un desplazamiento del uso moderado hacia una tendencia al alta conforme avanzan las cohortes. Mientras que en la adolescencia temprana predomina el uso de 2 a 4 horas diarias (55%), en la adolescencia media la mayor concentración se encuentra entre 4 y 6 horas (42%) y esta tendencia se mantiene en la adolescencia tardía, donde alcanza el 50%. Asimismo, en las cohortes media y tardía no se registran participantes con un uso inferior a dos horas diarias. Estos resultados

permiten observar una transformación en el lugar que las redes ocupan dentro de la cotidianidad: mientras en la cohorte temprana el consumo se concentra mayoritariamente en un rango moderado, en las cohortes posteriores adquiere una presencia temporal más intensa.

En cuanto al uso diario, se pudo observar que el uso moderado a intenso de las redes sociales aumenta con la edad. Siendo la cohorte que atravesó su adolescencia temprana el que tiene como media un uso moderado (2-4h), esto puede tener varias explicaciones, sin embargo, consideramos que, debido a su edad al inicio de la pandemia, lo más probable es que este grupo haya contado con una mayor supervisión y restricción del uso de estas aplicaciones por parte de sus padres, lo cual logró que adquirieran una rutina más balanceada respecto al uso de estas. Y, en la actualidad, esta cohorte se encuentra apenas entrando en la adultez, por lo que cuentan con actividades en su vida cotidiana que restringen de cierta manera el uso desmedido de las redes sociales; tales como el ingreso a la universidad, la creación de nuevos grupos de amigos, etc.

Los grupos de mayor edad, en cambio, presentan un uso más intenso (4-6h), puesto que, al ir creciendo, la supervisión parental va disminuyendo, por lo tendrían más libertad en el uso de estos dispositivos, perdiendo un poco este elemento de regulación, haciendo que el uso desmedido de estas plataformas se vuelva una rutina. De forma específica, el cohorte de adolescencia media se encuentra en un punto complejo y delicado de su adolescencia, pues atraviesan un momento donde ya no pueden negar que están creciendo (y todo lo que esto conlleva), debiendo despojarse ahora sí de su “yo” infantil, y encaminarse a buscar aquellas identificaciones que le permitan construir un “ser” más maduro; identificaciones que, en un momento de pandemia donde las limitaciones del confinamiento eran su realidad, lograba encontrar en redes sociales, pues estas eran su ventana principal para acceder al ámbito social.

Y, en la actualidad, este cohorte se encuentra más establecido en su adultez joven, puesto que ya se han adaptado a la universidad, y han formado amistades más adultas; sin embargo, también se encuentran cada vez más presionados a cumplir con otras exigencias que vienen con la adultez: obtener un trabajo, relaciones románticas, etc.; áreas que se encuentran fuertemente atravesadas por el funcionamiento de la sociedad actual, pues ahora las plazas de trabajo se buscan (y se aplica a estas) en línea, para conocer a un potencial partenaire ya no está limitado al espacio físico, pues ahora con clic se logra iniciar una interacción (apps de citas, salas de discusión en línea, etc.,)

Esta misma tendencia de uso intensa se registra en el cohorte de mayor edad, dentro del cual, si tomamos en cuenta que atravesaron su adolescencia en un momento donde lo esperado era que ya tuvieran una construcción subjetiva particular más armada, sumado a las exigencias de esta etapa (elegir una carrera universitaria, y/o considerar empezar a trabajar), las redes sociales se convierten así en un espacio privilegiado a través del cual no solo logran realizar estas tareas, sino también mantenerse en contacto entre sí y con el mundo externo; y encontrar identificaciones muy llamativas y accesibles de adoptar (trends, auge de volverse influencer desde casa, influencers adolescentes, etc.).

Este desplazamiento conviene leerlo desde las nociones de tiempo lógico de la juventud: donde la juventud no se define únicamente por la edad cronológica, sino por el proceso mediante el cual el sujeto se desprende progresivamente de lo endogámico-familiar para abrirse a las exigencias exogámicas de la vida social. Entre estas exigencias se encuentran la construcción de proyectos laborales y profesionales, el hallazgo del objeto amoroso y la posibilidad de proyectarse hacia vínculos futuros. En este sentido, el aumento del tiempo de conexión observado en las cohortes de mayor edad puede leerse como un indicador de la creciente incorporación de las redes a las distintas tareas mediante las cuales el sujeto se inscribe en el campo social.

La salida hacia lo exogámico no ocurre necesariamente por fuera de la virtualidad, sino que puede encontrarse ampliamente mediada por ella. Las propias exigencias que atraviesa el adulto joven se encuentran hoy atravesadas por dispositivos digitales que permiten buscar oportunidades, establecer contactos y mantener vínculos más allá del encuentro presencial. Sin embargo, aquello que inicialmente funcionó como herramienta para facilitar la salida hacia el mundo puede convertirse, simultáneamente, en un dispositivo que ocupa una porción cada vez mayor del tiempo del sujeto.

Cabe introducir aquí la dimensión del goce. El aumento de horas no basta para hablar de uso problemático ni de una relación causal con la edad; lo que sí habilita es cuestionarse en qué momento una herramienta deja de estar al servicio del sujeto y empieza a organizar parte de su tiempo; cuál es la posición que ocupa el sujeto frente a un objeto que, mientras facilita su inserción en el mundo, puede simultáneamente adquirir un lugar cada vez más central en su economía cotidiana y de goce.

Encuesta: P8. ¿Qué tipo de contenido consumes principalmente en redes sociales? (selección múltiple)

Tipo de contenido consumido	Adolescencia temprana (12-13 años)	Adolescencia media (14-15 años)	Adolescencia tardía (16-17 años)	Total
Entretenimiento (humor, trends)	9	10	7	26
Música y arte	8	10	6	24
Tutoriales (educativo)	5	6	1	12
Vida cotidiana (vlogs)	1	3	4	8
Moda, belleza	4	3	0	7
Noticias e información	1	2	2	5

Tabla 7. Respuestas de la pregunta 8 de la encuesta. Elaboración propia

Los resultados muestran un claro predominio del entretenimiento (26) y de música y arte (24), frente a apenas 5 selecciones para noticias e información; los tutoriales, con presencia intermedia, quedan igualmente por debajo de las modalidades centradas en entretenimiento. Esto confirma que las redes operan sobre todo como espacios de distracción, consumo cultural y circulación audiovisual, sin dejar de incorporar funciones de aprendizaje, información y observación de la vida cotidiana dentro del mismo dispositivo

Más allá de las frecuencias, los resultados nos permiten visualizar un rasgo propio de la relación contemporánea con las redes: actividades antes distribuidas entre espacios, instituciones y experiencias distintas aparecen ahora condensadas en un mismo dispositivo. Entretenimiento, aprendizaje, información, búsqueda de inspiración y acceso a la vida cotidiana de otros conviven en una misma plataforma, lo que reduce la necesidad de desplazarse entre espacios diferenciados para satisfacer cada demanda. El teléfono —y las redes sociales en particular— exceden así la función de simple medio de comunicación para integrarse de manera amplia a la organización cotidiana del sujeto.

Estas estadísticas de uso revelan cómo ahora todo se logra al alcance de un click, creando una fórmula donde podemos deslizar de forma casi ilimitada por horas en la pantalla de nuestro celular para entretenernos, para no pensar, para distraernos, pero

también para aprender, sumergiendo al sujeto en una relación interminable de goce (ver todo, saber todo, distraerse de todo, etc.)

Esta condensación se articula con el discurso capitalista: siendo el dispositivo el que reúne en un mismo circuito distintos objetos y satisfacciones siempre disponibles, sostenido en una circulación entre significante amo, saber y objeto que puede recomenzar indefinidamente. La particularidad no está en la cantidad de contenidos, sino en que distintas necesidades se resuelven sin salir del dispositivo: el sujeto pasa del entretenimiento al aprendizaje, de ahí a la información y de vuelta al entretenimiento, todo dentro de la misma secuencia de consumo. La consecuencia no es solo más posibilidades, sino menos necesidad de cortar entre los distintos espacios de la vida cotidiana.

Este circuito que puede recomenzar indefinidamente no se sostiene únicamente en la variedad de lo que ofrece: un video, una canción, un tutorial- logra cerrar por completo la búsqueda que lo convocó. Cada pieza consumida entrega una satisfacción parcial que, en lugar de agotar el interés, habilita el paso hacia la siguiente; el deslizar continuo no responde entonces a que el sujeto no encuentra lo que busca, sino a que lo que encuentra nunca termina de bastar del todo. Es esa insuficiencia, la que sostiene el consumo sucesivo entre entretenimiento, música e información sin que el sujeto necesite abandonar el dispositivo.

Las redes han adquirido la capacidad de concentrar múltiples dimensiones de la vida cotidiana en un mismo objeto. Esto afina lo hallado en la P7: si allí se vio que el dispositivo ocupa cada vez más tiempo, la P8 precisa qué ocurre dentro de ese tiempo. no una sola actividad, sino un circuito donde distintas demandas se atienden sucesivamente sin abandonar el mismo espacio.

5.1.1.2. Significado subjetivo de las redes sociales.

Si bien los datos revelados anteriormente permiten observar en cierta medida qué relación tienen los adultos jóvenes con las redes sociales, la Pregunta 9 termina de cerrar de forma más completa el significado subjetivo que estos adultos le dan a sus redes: ya no se pregunta únicamente por el uso, sino por la importancia que el sujeto reconoce conscientemente que estas tienen en su vida.

Encuesta: P9. Considero importante mantenerme al día con lo que ocurre en redes sociales.

Cohorte	De acuerdo (3-4)	En desacuerdo (1-2)	N
Adolescencia temprana (12-13 años)	8 (73%)	3 (27%)	11
Adolescencia media (14-15 años)	7 (58%)	5 (42%)	12
Adolescencia tardía (16-17 años)	4 (50%)	4 (50%)	8
Total	19 (61%)	12 (39%)	31

Tabla 8. Respuestas de la pregunta 9 de la encuesta. Elaboración propia.

La P9 introduce una dimensión distinta: ya no indaga el uso efectivo de las redes, sino la importancia que el sujeto reconoce conscientemente que estas tienen en su vida. Para el análisis de esta pregunta, añadiremos también las respuestas encontradas en la discusión de la primera pregunta del grupo focal (*“1. Cuéntenos un poco como es su relación con las redes sociales (cuándo las usa, para qué...)”*). En el grupo focal, esta tensión en cuanto al uso real que le dan y el significado subjetivo que tienen estas se pone en mayor evidencia; puesto que se observa un discurso más ambivalente, donde si bien los participantes logran reconocer de qué formas utilizan estas redes (distracción, información), al mismo tiempo se observa una tendencia a rebajar la importancia que estas plataformas tienen en su vida —mencionando que son “más una herramienta” o “solo para distracción”—, una observación que contrasta con los hallazgos de la encuesta; revelando que puede ser más fácil admitir de forma más concreta el impacto de estas cuando se realiza de manera anónima y escrita, tal como ocurre en el grupo focal.

YA2116 (A. tardía), grupo focal: Actualmente las redes sociales pues me sirven como base informativa y también así como para poder distraerme, y pasar el tiempo también actualmente; pero más académicamente, me gusta y me sirve bastante.

EG2216 (A. tardía), grupo focal: Yo personalmente considero las redes sociales para mí como un método de distracción, en un escape.

Sin embargo, esto nos lleva a cuestionarnos sobre ¿qué ocurre cuando un objeto ocupa una parte significativa del tiempo del sujeto, pero su importancia no es reconocida en la misma proporción? Pues el resultado sugiere que el uso de las redes ha alcanzado un nivel de normalización tal que su presencia puede dejar de experimentarse como algo excepcional, aun cuando atraviere múltiples dimensiones de la vida cotidiana.

No obstante, también nos encontramos con posturas más matizadas y analíticas, especialmente por parte de la cohorte de adolescencia media, quienes en sus respuestas reconocen no solo el gran uso que hacen de estas plataformas, sino también el impacto que estas les han traído:

BP2015 (A. media), grupo focal: Bueno, en mi caso digamos que yo siento que está entre los dos lados de que es algo distractivo y es algo que es una herramienta con la que independientemente debemos convivir porque ya es parte de nuestro día a día. Como por ejemplo en nuestra carrera de Diseño Gráfico, nos sirve mucho para lo que es la inspiración visual. O sea, igualmente hay elementos donde satura mucho, como los videos. Y ciertamente también afecta a uno porque afecta más que nada, por ejemplo, TikTok, la plataforma TikTok afecta mucho la retención. Siento, actualmente no nos podemos concentrar debidamente a un video largo y ahorita es lo que nos ha hecho básicamente las redes que nos adaptan a cierto formato y bueno, claro, realmente es tanto práctico como un poco perjudicial.

La posición de BP2015 resulta particularmente relevante porque no se sitúa en una oposición simple entre beneficio y perjuicio, sino que reconoce que ambas dimensiones coexisten en su relación con el dispositivo: conviven en un mismo discurso, sin que uno anule al otro.

Demostrando que, el punto medio en el cual atravesaron la pandemia, y en el cual están viviendo su adultez joven, les ha permitido experimentar la situación desde una posición particular; pues se han sumergido completamente en la biosfera de las redes sociales, y el algoritmo con sus tendencias, pero a la vez han logrado construir una opinión más consciente de su uso, a partir de sus experiencias y conocimientos actuales.

Este eje muestra, en conjunto, que la relación de los adultos jóvenes con las redes sociales es compleja y matizada: se reconoce su funcionalidad y la inevitabilidad de su uso cotidiano, pero también persiste una tensión respecto a cómo estas influyen en su vida. Esta tensión no responde únicamente a un cálculo consciente de costos y beneficios; ya que buena parte del uso de redes sociales puede entenderse como una reiteración de goce más que como una repetición que elabora algo del padecimiento y que, gracias a eso, por eso puede sostenerse en el tiempo pese a que su importancia consciente descienda.

Esta captura no se vive únicamente como una atracción externa a la que el sujeto sucumbe, sino que en ocasiones toma la forma de una exigencia que el propio sujeto se dirige a sí mismo: no basta con permitirse continuar, sino que parece necesario hacerlo, como si detenerse antes de tiempo dejara algo pendiente o inconcluso. La compulsión, no proviene únicamente del objeto que atrae desde afuera, sino también de un propio empuje que lo lleva a seguir incluso cuando el propio sujeto lo reconoce, como se vio en los testimonios anteriores, que el efecto producido es limitado o desgastante. En consecuencia, el sujeto queda así capturado en un movimiento constante entre su uso consciente y ese goce que excede cualquier raciocinio entre lo que las redes le dan y lo que le exigen.

5.1.2. Eje 2. Influencia de las redes sociales: Autenticidad, tendencias, y la mirada del Otro.

Encuesta: P22. Cuando sigo una tendencia, lo hago porque genuinamente me interesa, y no por presión social ni por el deseo de encajar.

Cohorte	De acuerdo (3-4)	En desacuerdo (1-2)	N
Adolescencia temprana (12-13 años)	8 (73%)	3 (27%)	11
Adolescencia media (14-15 años)	8 (67%)	4 (33%)	12
Adolescencia tardía (16-17 años)	7 (88%)	1 (12%)	8
Total	23 (74%)	8 (26%)	31

Tabla 9. Respuestas de la pregunta 22 de la encuesta. Elaboración propia.

Encuesta: P24. Si algo que me gusta deja de estar de moda o se vuelve “cringe” lo niego o dejo de hacerlo.

Cohorte	De acuerdo (3-4)	En desacuerdo (1-2)	N
Adolescencia temprana (12-13 años)	3 (27%)	8 (73%)	11
Adolescencia media (14-15 años)	2 (17%)	10 (83%)	12
Adolescencia tardía (16-17 años)	1 (12%)	7 (88%)	8
Total	6 (19%)	25 (81%)	31

Tabla 10. Respuestas de la pregunta 24 de la encuesta. Elaboración propia.

Encuesta: P34. Siento que mis gustos, valores y forma de ser son propios, no copias de lo que veía en redes.

Cohorte	De acuerdo (3-4)	En desacuerdo (1-2)	N
Adolescencia temprana (12-13 años)	7 (64%)	4 (36%)	11
Adolescencia media (14-15 años)	12 (100%)	0	12
Adolescencia tardía (16-17 años)	6 (75%)	2 (25%)	8
Total	25 (81%)	6 (19%)	31

Tabla 11. Respuestas de la pregunta 34 de la encuesta. Elaboración propia.

En términos generales, las tres cohortes defienden la originalidad de sus gustos, sosteniendo que no responden a una simple “copia y pega” de lo visto en redes, sino a una construcción subjetiva propia que los define más allá de cualquier inspiración externa. Se observa, sin embargo, un matiz al cruzar los resultados entre sí. La cohorte de adolescencia media es la que menos respalda la idea de seguir tendencias por interés y no por presión social (67%, la cifra más baja de las tres en P22), y es al mismo tiempo la que con mayor unanimidad afirma que sus gustos son completamente propios (100% en P34). Cuanto menos sostenible resulta, en sus propias respuestas, la idea de estar libre de presión externa, más se refuerza la afirmación de que lo que le gusta es solamente suyo: la firmeza del discurso crece justamente donde el terreno que lo sostiene parece más frágil.

Esta es además la cohorte que atravesó el momento de mayor reorganización personal y vincular encerrada en la pantalla, sin el sostén cotidiano de pares y espacios presenciales que habitualmente acompañan ese tránsito. La solidez con la que hoy defiende su originalidad se visualiza como el esfuerzo por sostener su identidad, donde su construcción resultó más expuesta. Las cohortes de adolescencia temprana y tardía, en cambio, sostienen una postura más matizada: la más joven, al estar transitando sus primeras experiencias sobre qué implica ser adulto, se encuentra lo suficientemente movilizadora subjetivamente como para ensayar una posición más analítica, que le permite un primer balance sobre sus nuevas responsabilidades a partir de lo construido durante la adolescencia.

Esta misma dificultad para reconocer el peso real de las redes se repite en cómo los participantes hablan del origen de sus propios gustos, aunque aquí ya no se trata del reconocimiento consciente hacia la importancia del dispositivo, sino la posición del sujeto frente al Otro que le provee sus referentes:

ID 37 (A. temprana), encuesta: No sabría dar un ejemplo, pero estoy segura de que debido a que conocí muchas cosas por medio de redes sociales estas tuvieron mucho peso en mis gustos actuales.

ID 38 (A. temprana), encuesta: Mi personalidad, junto a mis gustos son propios, algunos influenciados por amigos, pero casi muchos provienen de las redes sociales.

En ambos testimonios se visualiza la misma tendencia, el sujeto reconoce estar influido en el discurso del Otro —lo que “se ve”— sin lograr todavía una separación que le permitiría sostener un gusto como propio más allá de su origen. Los adultos jóvenes del corte mayor, quienes atravesaron la adolescencia tardía en pandemia, en ese momento al estar más cerca de la edad adulta su construcción subjetiva se encontraba mucho más desarrollada; puesto que para esta etapa ya casi habían terminado el colegio y habían atravesado prácticamente toda su adolescencia en un entorno y contexto presencial y relativamente “normal”, con todo lo que esto conlleva. Logran hoy, ya más cerca de la adultez media, una postura más crítica y matizada de la influencia que han tenido en ellos como individuos, aquello se sostiene bajo una construcción subjetiva que ha recorrido, con mayor margen, una separación de lo alienante que puede ser el flujo de contenidos audiovisuales.

ID 27 (A. tardía), encuesta: Por ejemplo, hay muchas personas que pueden tener cualidades como la mía, pero mi forma de ser, es netamente mía. Mi forma de querer, amar, bailar, pintar, cantar, son cosas que solo al crear a mi manera puedo hacer yo. Porque eso es único :).

ID 44 (A. tardía), encuesta: Si me inspiro de lo que veo pero son cosas que a la final del día me gustan (el gusto por el estilo alternativo).

A diferencia de ID 37 y 38, aquí el sujeto puede reconocer la inspiración externa sin que ello comprometa la propiedad autónoma de su gusto: sin embargo, aquella separación ya producida no anula la existencia de una alienación hacia los referentes que en algún punto existió, pero permite localizarla como un momento ya superado. Las cohortes más jóvenes, especialmente el de adolescencia media, que tanto en pandemia como actualmente atraviesan etapas de transición, sostienen en cambio una postura más defensiva frente a la idea de estar influenciados por agentes externos, lo cual puede deberse a la falta de un entorno social presencial durante años formativos de sus procesos de armaje identificadorio. En la pandemia se generó una burbuja reducida en la que las redes eran el único medio de acceso a referentes-guía, lo cual ha

derivado en una construcción subjetiva paradójicamente más influenciable, precisamente por estar construida a partir de un objeto tan cambiante.

En cuanto a la discusión generada en el grupo focal a partir de las preguntas 3 (*¿Alguna vez adoptaste algo que estaba en tendencia aunque no te convenciera del todo, o negaste algo que te gustaba porque se volvió “cringe”?*) y 5 (*¿Cómo influyen las redes sociales en tus creencias y en cómo te ven?*), se profundizó en el cringe (o “vergüenza ajena”) como variable que modera y muta los gustos en función de las tendencias, funcionando también como herramienta retrospectiva para reconocer si una identificación fue adquirida por moda o por reflejo de un elemento propio:

JG2216 (A. tardía), grupo focal: En mi caso, yo dejé cabello largo, pero recontra largo en pandemia. Sinceramente no volvería a eso jamás, pero era como que todo el mundo dijo ok, no está el colegio, no hay reglas, te quedas en casa, la gente no te va a ver (...) Entonces yo dije, ¿sabes que? me voy a dejar el cabello largo, Y así fue. Y no solamente lo hice yo, sino un sinfín de amigos del colegio, y fuera también. Eso es así, por moda, al final me di cuenta.

Esto refleja cómo el cringe y las redes sociales se articulan en función de una manifestación del concepto de *panóptico digital*, donde el sujeto se encuentra en una dinámica bidireccional y secuencialmente horizontal (el mirar – el ser mirado entre sujetos semejantes), lo que deviene en una autorregulación y posterior autocensura al saberse observado, visto por un Otro. Dicho aquello, no se trataría únicamente de ser visto por alguien en particular, sino de la posición misma del sujeto ante una mirada que él mismo supone que está recibiendo en todo momento —así como él tiene libertad de mirar y grabar, el otro puede hacerle lo mismo—, y que lo divide entre el impulso a exhibirse y la necesidad de ocultarse: confrontándolo con su falta estructural. El cringe, en sí mismo no responde únicamente a la dinámica de ser vigilado desde afuera: este también constituye el punto en que el propio sujeto se exige a sí mismo aparecer como alguien “auténtico”, “distinto”, capaz de sostener un gusto particularmente suyo y de nadie más, exigencia que, paradójicamente, sólo puede cumplirse mostrándose ante una mirada ajena que le otorgue ese valor. El cringe realiza su entrada inaugural cuando precisamente cuando el sujeto fracasa en aparentar que no está copiando a nadie. El sujeto se engancha al uso de redes precisamente porque también él dispone de ese mismo poder de mirar y censurar —comentarios, likes, seguir o abandonar tendencias—, quedando así del lado activo y pasivo de una misma dinámica panóptica, mirando y siendo mirado a la vez.

No obstante, también encontramos otro elemento que engancha al sujeto a usar las redes sociales: la posibilidad de pertenecer a una “comunidad”, respuesta que da paso al eje 3. el cual explora de forma más específica a las redes sociales como fuente de identificaciones, tomando como ejemplo los “nichos”.

EG2216 (A. tardía), grupo focal: A mí me pasó que yo encontré un grupo que me gustó mucho de K-pop, pero lo dejé porque dije: ¿cómo me va a gustar eso? ¡Qué vergüenza! (...) Pero después, con las redes sociales, vi que había gente que también le gustaba. Y dije: si a ellos les gusta... entonces me volvió a gustar.

Este testimonio permite leer la comunidad bajo el concepto de una identificación por rasgo común: el sujeto puede reincorporar un gusto abandonado por cringe en la medida en que localiza ese mismo rasgo en otros, lo que reconstituye el ideal del yo sobre una base ya no individual sino colectiva. El cringe funciona entonces como elemento regulador, pero las redes no solo lo instauran, sino que también pueden romperlo al ofrecer esa comunidad como solución a una problemática que ellas mismas generaron; pues fueron sus propios usuarios quienes calificaron tal objeto como "cringe". Esta lógica confirma cómo las redes operan bajo el discurso capitalista: el mismo circuito que dirige al sujeto hacia el significante amo, el saber y el objeto vuelve a cerrarse aquí, ahora bajo la forma de una comunidad ofrecida como resolución de un malestar producido por el propio dispositivo, sosteniendo al sujeto enganchado a un consumo que puede recomenzar indefinidamente.

A partir de estas respuestas logramos observar que la influencia que tienen las redes sociales de forma general es compleja, matizada y dinámica, pues si bien se puede reconocer de forma más objetiva el poder que tienen estas para causar inspiración y modificar gustos y comportamientos; también existe una clara tensión y conflicto cuando se cuestiona el impacto que estas tienen en el sujeto de forma más particular, cuestionamiento que puede vivirse como un ataque debido a la etapa compleja que los adultos jóvenes atraviesan actualmente —y que atravesaron durante la pandemia, momento del auge más reciente del uso de redes sociales—. Esto provoca que el sujeto se coloque en una posición más radicalizada, donde construye una narrativa que defiende la autenticidad de su forma de expresión, de sus identificaciones; sosteniendo así su construcción subjetiva.

5.1.3. Eje 3. Redes sociales como fuente de identificaciones

Encuesta: P15. ¿A través de qué medio adoptas más frecuentemente expresiones, costumbres, modas, etc.? (selección múltiple)

Medio adoptar identificaciones	Adolescencia temprana (12-13 años)	Adolescencia media (14-15 años)	Adolescencia tardía (16-17 años)	Total
Redes sociales	6	9	6	21
Mi entorno (familia, amigos, etc)	7	7	7	21
Películas/series	4	4	1	9
Introspección	2	2	0	4

Tabla 12. Respuestas de la pregunta 15 de la encuesta. Elaboración propia.

Los resultados confirman que las redes sociales se han posicionado como un referente primordial —equiparable al entorno físico— para la adopción de identificaciones en la adultez joven. Esto implica que el dispositivo digital ha pasado a formar parte del campo del Otro, proveyendo los significantes y rasgos desde los cuales el sujeto construye su posición frente a sí mismo y frente a los demás. Si bien la elección de estos 2 medios como referentes se es bastante equitativa entre todas las cohortes, el grupo que atravesó la adolescencia media durante la pandemia —y en tanto se encuentra un poco más establecido en la adultez temprana— es el que muestra una prevalencia por las redes sociales como fuente de identificaciones para construirse subjetivamente.

Esto concuerda con lo encontrado en los ejes anteriores, puesto que esta cohorte se encuentra en un punto medio privilegiado en cuanto a su descubrimiento y construcción social; pues durante la pandemia se encontraron en este periodo de transición entre el abandono de su imagen infantil por una más madura, pero sin la presión de las exigencias más inmediatas a la edad adulta que enfrentó la cohorte de adolescencia tardía. Y, en la actualidad, se encuentran así mismo viviendo un punto medio, puesto que ya se han adaptado a la dinámica universitaria; pero no se encuentran totalmente presionados a salir al mundo laboral profesional como la cohorte de mayor edad.

Desde esta perspectiva, las redes sociales constituyen un campo denso de ofertas identificatorias donde el sujeto realiza una identificación parcial. No se trata de un acto

de “copia y pega”, sino de una operación de apropiación: el joven toma un rasgo del Otro (expresiones, estéticas o modas) y lo inscribe en su propia construcción subjetiva. Para la adolescencia media, esto representó la posibilidad de metabolizar el tránsito entre los referentes previos y nuevas formas de posicionarse en el mundo, encontrando en lo digital el «nicho» necesario para dar consistencia a su ser ante la licuefacción de los lazos presenciales.

Encuesta: P28. Me inspiro de las “aesthetics” o “cores” de internet para construir quién soy y/o cómo me presento ante el mundo.

Cohorte	De acuerdo (3-4)	En desacuerdo (1-2)	N
Adolescencia temprana (12-13 años)	5 (45%)	6 (55%)	11
Adolescencia media (14-15 años)	3 (25%)	9 (75%)	12
Adolescencia tardía (16-17 años)	5 (63%)	3 (37%)	8
Total	13 (42%)	18 (58%)	31

Tabla 13. Respuestas de la pregunta 28 de la encuesta. Elaboración propia.

Para el análisis de esta pregunta, añadiremos también las respuestas encontradas en la discusión de la sexta pregunta del grupo focal (6. *¿Cuál es tu relación con las aesthetics o los cores que aparecen en redes sociales?*). Se pudo observar una tendencia en el cohorte de adolescencia tardía a reconocer el poder de inspiración e influencia que tienen las aesthetics de internet en la construcción subjetiva, mientras que las cohortes más jóvenes muestran un rechazo marcado a reconocer su influencia; esto a pesar de que previamente se encontró que todos los cohortes presentan un uso moderado a intenso de las redes, y sobre todo han reconocido que una de las fuentes principales a través de las cuales han adoptado cosas para construirse subjetivamente, son las redes sociales.

ID 29 (A. media), encuesta: Me gusta crear mi estilo propio.

ID 36 (A. media), encuesta: No para nada, pero siento que eso te puede ayudar a ver a que estilos o sentidos te puedes ir inclinando...

La cohorte mayor, en cambio, adopta una posición más matizada: reconoce el valor inspirador de las aesthetics, pero describe un trabajo de elaboración propia para adaptarlas a su identidad.

ID 27 (A. tardía), encuesta: Siempre que busco inspiración, lo adapto a mi manera, no me gusta copiar y pegar sin abstracción analítica o ética. Además,

yo prefiero ser mi pincel y respetar los derechos de autor, antes que ser un “copy-cat”

La cohorte mayor (adolescencia tardía) al encontrarse en un momento más sólido de su adultez, habiendo atravesado —actualmente y durante la pandemia— aquellas etapas más sensibles de la construcción subjetiva (construcción de identificaciones, armar planes a futuro, etc.), les permite tener una posición más analítica y crítica acerca de la influencia de estas aesthetics que se presentan como etiquetas populares para identificarse.

Esta pregunta refuerza los hallazgos encontrados en el eje 2, en la cual los adultos jóvenes de adolescencia temprana, debido al tiempo de uso que le dan a las redes, y a los otros momentos claves que atraviesan al inicio de la adultez, logran estar lo suficientemente movilizados como para mostrarse más abiertos a adoptar una postura de discusión acerca de la influencia de las redes sociales en sus identificaciones.

ID 26 (A. temprana), encuesta: Antes sí, actualmente no porque no creo que mi estilo, personalidad y manera de pensar se pueda encasillar en algo tan global.

ID 37 (A. temprana), encuesta: Es divertido intentar estilos nuevos, e ir rescatando cosas de cada uno con las que te sientas identificado.

La diferencia encontrada entre cohortes puede diseminarse a partir del carácter alienante que Lacan otorga a la identificación: reconocer que un rasgo o una imagen tiene su origen en el Otro no equivale a que esta deje de ser propia, sino que da cuenta del modo mismo en que el yo se constituye, tal como se desarrolló primero a partir del estadio del espejo y, ya en el registro simbólico, a partir del rasgo unario. Desde esta perspectiva, la oposición que sostienen las cohortes más jóvenes entre “crear mi estilo propio” y catalogar las aesthetics como “copias” no permite afirmar en sí misma una ausencia real de influencia; permite observar, más bien, la dificultad de integrar discursivamente ese origen externo sin que se vea comprometida la consistencia de la imagen que el sujeto tiene de sí, es decir, su yo ideal. La identificación parcial en sí misma permite abrir la posibilidad de seleccionar qué rasgos se conservan y cómo se articulan con otros elementos de la propia construcción subjetiva.

En contraste, la cohorte de mayor reconoce la inspiración externa, pero insiste en adaptarla “a su manera”, tal como puede verse en los testimonios de ID27 e ID37 citados previamente. Aquello no supone un trabajo de apropiación posible, justamente porque la identificación con el Rasgo Unario es siempre parcial, nunca es ejercida por

completo. Es por ello por lo que el sujeto no reproduce al otro en una copia exacta, no hace de aquel su entera personalidad, sino que elabora un trabajo psíquico en el que determina qué elementos conserva y cómo estos se articulan en su propia construcción subjetiva; lo que en consecuencia produce una oscilación entre el yo ideal (la imagen con la que se reconoce) y el ideal del yo (como el lugar desde el cual espera ser reconocido por el Otro). Así, este hallazgo de P28 otorga una diferencia en la posibilidad de reconocer y elaborar discursivamente el origen de los propios referentes. El sujeto necesita tomar algo del Otro para constituirse, pero necesita también diferenciar aquello que toma para poder sostenerlo como propio.

Del grupo focal surgió una arista interesante acerca del sentido de las aesthetics más allá de su valor visual y de lo que estas representan respecto de los cambios en la sociedad

BP2015 (A. media), grupo focal: Actualmente esto de los de las tendencias y todo esto se debe a que actualmente siento que el mundo se ha simplificado, es más minimalista como tal. Los alrededores alrededor del mundo es mucho más simple, tiene colores blancos, grises, y todo asociado a este estilo más simple. Y más que nada estos estilos digamos que apelan a la nostalgia y todo ese tipo de cosas; y siento que son como más extravagantes y que tienen un poco más de personalidad porque igual los años de antes fueron mejores digamos.

VV2317 (A. tardía), grupo focal: La gente se esmeraba tanto por escribir sus historias, quería ser escuchado, quería compartir, crear comunidades, y ahora es como, no sé, siento que hacen lo mismo, pero de forma mucho más independiente o separada, dependiendo de quién sea, quién lo cuente, no y en qué formato sea.

Estas respuestas reflejan un viraje de las redes hacia contenidos más individualizados y visualmente atractivos, orientados principalmente al consumo, en lugar de presentar experiencias humanas que puedan convertirse en referentes simbólicos compartidos. En este contexto, las aesthetics parecen funcionar como una forma socialmente aceptable de romantizar y significar determinadas experiencias sin ser catalogadas como “cringe” (ej.: el cottagecore como representación de un anhelo por una vida más conectada con la naturaleza, o el whimsygoth como forma de validar la expresión de estilos alternativos).

Sin embargo, las aesthetics no cumplen únicamente una función visual; cabe preguntarse qué función subjetiva puede cumplir esta forma de presentación. Cuando

una estética logra condensar en sí misma un anhelo, un ideal de vida o un gusto particular, ofrece al sujeto un conjunto de significantes a través de los cuales puede hacer reconocible una posición subjetiva. Las aesthetics logran nombrar y representar algo de la experiencia mediante un repertorio de signos ya disponibles en el campo del Otro; la estética es como el lugar donde el sujeto puede verse, pero también ser visto y reconocido, y encontrar un lugar en el mundo. Aunque nos encontremos en una época líquida, atravesada por referentes fugaces y sin una lógica que los sostenga en el tiempo, estos conservan aún la función de organización subjetiva.

Como podemos observar, las aesthetic conservan esta cualidad de la masa clásica de Freud al servir como una identificación para un grupo; sin embargo estas funcionan más como el enjambre de Byung Chul Han, puesto que vemos que aunque sí logran servir para dar un nombre, una guía de cierta manera, estas se viven de forma aislada, presentando una imagen con un vago significado general, pero sin una estructura sólida, esto permite una gran variedad de interpretaciones; lo cual termina generando en los sujetos el deseo por una comunidad. Es de este modo que los adultos jóvenes terminan formando una especie de “comunidad” con una identificación por el lado de un gusto “nicho” (anime, K-pop, aesthetics, bandas, etc) más que por el lado de cualidades y herramientas que devengan en una identificación más sólida (por ejemplo, ya no hay un líder que pueda ser fuerte, carismático, generoso, que sabe cómo hacer con el otro, y del cual puedan identificarse)

ID 33 (A. media), encuesta: Porque las tendencias nos hacen sentir pertenecientes a un lugar.

BP2015 (A. media), grupo focal: Tengo muy arraigado el término de mutual (Twitter) (...) siento que interactúo con esas personas porque tienen ciertas cosas en común que a mí me agradan y yo las agrado.

DC2014 (A. media), grupo focal: Sin embargo, como eso de que había muchas tendencias, yo me metí a lo uno, me metí a lo otro, o sea, o intentaba como que medio tratar de encajar con alguno, pero siempre como era esto de que no es que ya no nos gusta, ya no sé qué. Entonces la gente empezaba como a criticarlo y tú lo dejabas y luego venía otra cosa. Entonces era como un mar de montón de cosas que uno no sabía ni qué hacer. Eso es algo que hacen mucho las redes sociales.

Así, la lectura de este eje sugiere que, en poblaciones más jóvenes, las identificaciones propias construidas a partir del contenido siempre cambiante de redes

sociales, se muestran como estructuralmente más endebles, generando en el sujeto un mecanismo defensivo donde se posiciona en una postura radical, sosteniendo que su construcción subjetiva es propia, pues el cuestionamiento de que su sistema de identificaciones puede estar influido por medios externos, termina viviéndose como un ataque hacia su “quien soy yo”, la cual viene siendo su base para lidiar con el mundo desde su ensamblaje en la adolescencia temprana. No obstante, esto no quiere decir que las *aesthetic* y la influencia de las tendencias de redes sociales se vivan de forma aislada y puntual, pues estos adultos jóvenes logran precisar que también existe un trabajo consciente y activo en la construcción de su sistema de identificaciones, explicando que hay un análisis, una adaptación de este “producto” dado por las redes sociales para que se adapte a ellos, otorgándole así un componente que refleja su esencia y da cuenta de una construcción subjetiva particular.

Es por ello que el sujeto se identifica tomando un rasgo del Otro: el sujeto busca reconocimiento a partir de este y posteriormente desmonta estas identificaciones, logrando un trabajo de apropiación y diferenciación para poder sostenerlo como propio. Es por ello que la identificación es, por tanto, simultáneamente alienante y garante de singularidad: alienante en en tanto cumple la función de permitirle al sujeto reconocerse en aquella identificación que proviene inicialmente del campo del Otro, y singular porque el sujeto no lo incorpora de manera idéntica, sino que lo adapta y articula a su propia construcción, de forma que pueda responder a las exigencias particulares de su vida.

5.1.4. Eje 4. Reconocimiento social: El goce de las redes sociales.

Cómo logramos observar con los ejes anteriores, si bien las redes sociales proporcionan una guía a través de la cual el sujeto puede armar una construcción subjetiva, esta no da respuestas completas, y más aún, como veremos en este eje, su funcionamiento algorítmico puede traer malestar al sujeto; entonces ¿Por qué las personas se encuentran tan movilizadas a continuar usando estas? La respuesta radica en 2 variables: el reconocimiento social que estas proporcionan, y el goce a la compulsión por seguirlas utilizando que este reconocimiento genera.

Encuesta: P14. Cuando ves perfiles de personas que admiras en redes sociales, ¿qué tan seguido te encuentras comparando su vida o apariencia con la tuya?

Cohorte	Lo hago con cierta frecuencia (3-4)	Poca o nula frecuencia (1-2)	N
Adolescencia temprana (12-13 años)	4 (36%)	7 (64%)	11
Adolescencia media (14-15 años)	6 (50%)	6 (50%)	12
Adolescencia tardía (16-17 años)	2 (25%)	6 (75%)	8
Total	12 (39%)	19 (61%)	31

Tabla 14. Respuestas de la pregunta 14 de la encuesta. Elaboración propia.

Encuesta: P26. El número de likes, comentarios o seguidores que recibo influye en cómo me siento conmigo mismo/a.

Cohorte	De acuerdo (3-4)	En desacuerdo (1-2)	N
Adolescencia temprana (12-13 años)	2 (18%)	9 (82%)	11
Adolescencia media (14-15 años)	1 (8%)	11 (92%)	12
Adolescencia tardía (16-17 años)	4 (50%)	4 (50%)	8
Total	7 (23%)	24 (77%)	31

Tabla 15. Respuestas de la pregunta 26 de la encuesta. Elaboración propia.

Un hallazgo notable en este eje es el contraste entre las cohortes más jóvenes y la cohorte mayor, puesto que mientras las cohortes de adolescencia tardía es la que más desacuerdo expresa respecto a comparación social, al mismo tiempo es el que más admite una sensibilidad al número de likes e interacciones que reciben. Más aún, donde la encuesta revela un autorreporte más radicalizado a desmeritar la influencia que tiene el reconocimiento social que se obtiene de redes sociales, el grupo focal revela un discurso más matizado y ambivalente.

EG2216 (A. tardía), grupo focal: El tema de los likes no es algo que me coma la cabeza (...) Pero sí me doy cuenta que sí me fijo en eso. Que cuando hago una publicación, si veo cuántos likes tuvo y si me fijo que, por ejemplo, mira, esta de acá tuvo más likes que este ahora. Y no es algo que me importe mucho, pero al final no es algo que no me importe, porque sí me fijo en eso y siento yo que cuando tengo más likes siento como que esa validación.

DC2014 (A. media), grupo focal: Este sí me fijaba bastante como en los likes. Pero nunca en tanto la cantidad, sino en las personas (...) quiénes le dan like, quiénes están como atentos a mí.

En el grupo focal es donde también surge una explicación acerca de porqué el cohorte mayor parece verse más influenciado por los likes, pues se hace la precisión de que la función de likes no apareció sino hasta después de la pandemia, en un punto donde esta población ya se encontraba más cerca, o en sí mismo, en la adultez joven, por lo cual tenían una mejor comprensión acerca de qué significa un like, no sólo de forma general, sino a través del análisis de qué implicaba recibir un “like en stories” tanto en su círculo social, como en aquellos a quienes seguían como referentes.

JG2216 (A. tardía), grupo focal: Recuerdo que en pandemia no existían todavía los likes ni las historias; eso apareció como por 2023 (...) ahora sí me fijo bastante en lo que viene a ser los likes (...) eso sí influye en lo personal, en cómo me siento a veces (...) Yo subía lo que sea y era como que bueno, la final la gente lo ve y da igual, pero cuando llegaron los likes como que sí, no solamente lo veo en mí, sino en muchas otras personas. Que si llega un poco influenciar, por ejemplo, alguien te gusta o quieres llamar la atención de cierta persona por un trabajo, cosas así, así me refiero.

En función de los fragmentos tomados del grupo focal, el objeto “like” puede ser pensado como un signo visible y tangible del reconocimiento del Otro, objeto el cual es capaz de otorgar una respuesta momentánea a una valoración que quizá nunca queda definitivamente asegurada. Sin embargo, no constituye por sí mismo el objeto *a*, pero funciona como un semblante que lo bordea: ofrece al sujeto una cifra concreta que parece responder cuánto vale para el Otro, quién lo mira y en qué medida su presencia resulta interesante. Esto explica la ambivalencia de los testimonios: EG2216 sostiene que la cantidad de likes no le importa demasiado y, sin embargo, reconoce que “sí me fijo” y que al recibir más experimenta “esa validación”; DC2014, por su parte, desplaza la cifra hacia la presencia de determinadas personas “nunca en tanto la cantidad, sino en las personas (...) quiénes le dan like, quiénes están como atentos a mí”. El reconocimiento buscado se encuentra, en ambos casos, en lo que la mirada del Otro permite leer.

Bajo la lógica de que el sujeto no solo busca reconocimiento, sino que se ofrece a sí mismo como objeto de valor dentro de ese circuito, en la medida en que “se es en cuanto capital, esto es, en cuanto valor de cambio” (Cardona, 2020, p. 88). El perfil se

convierte en una suerte de mercancía que debe sostener su cotización ante la mirada del Otro digital.

Es aquí donde puede situarse un quantum de goce: el like produce una satisfacción momentánea, pero esta no obtura la búsqueda, sino que la relanza hacia la siguiente publicación. El circuito no consiste en obtener reconocimiento, sino en comprobar reiteradamente que ese reconocimiento sigue disponible, la satisfacción obtenida se vuelve, a la vez, motivo para volver a buscarla. El sujeto puede saber que los likes no deberían determinar su bienestar y, aun así, permanecer pendiente hacia ellos, evidenciando que el circuito de satisfacción no se regula únicamente por lo que el yo considera importante: es aquí donde se localiza una modalidad de goce que sostiene la repetición incluso cuando su efecto resulta limitado o desgastante.

Este circuito no se sostiene solo en recibir, sino también en ofrecerse: el publicar deja de ser simplemente compartir un momento y pasa a ubicarse a disposición de un juicio —¿esto vale la pena ser visto? —, de modo que el propio perfil se vuelve una superficie que hay que cuidar, empujada por el mismo dispositivo a presentarse como algo capaz de generar interés ante una mirada que nunca termina de conocerse del todo.

El testimonio de JG2216 permite pensar que la sensibilidad de la cohorte mayor hacia esta validación no responde solo a una cuestión de exposición temprana o tardía al dispositivo, sino a que esa validación llega justo cuando el sujeto necesita saber cómo está siendo recibido por un entorno que ya no se limita a lo familiar y cercano; una forma de garantizarse que, al salir a un mundo más amplio, será recibido, visto y aceptado.

El circuito de reconocimiento social encuentra también su forma en el vínculo entre pares, particularmente en la figura contemporánea del “mutual”: una reciprocidad que se sostiene en el intercambio de miradas —dar y recibir like, comentar y ser comentado— más que en un lazo sostenido por un significante compartido. El mutual no ofrece al sujeto una relación sostenida y completa, sino una serie de intercambios fragmentados que confirman, uno tras otro, que el sujeto sigue siendo visto; se trataría de una de las formas contemporáneas que adopta el lazo social ante la imposibilidad estructural de la no relación sexual, donde la reciprocidad no viene a resolverla, sino a ofrecer un semblante que permite seguir sosteniéndose frente a ella.

Finalmente, vale notar que este gesto —revisar cuántos likes llegaron, comparar una publicación con otra, volver minutos después a comprobar si algo cambió— no

siempre requiere de un otro identificable al que dirigirse. Buena parte de lo que sostiene la repetición no es tanto el lazo con un otro reconocible, sino el acto mismo de comprobar, que puede bastarse a sí mismo como fuente de satisfacción incluso cuando no hay nadie particular a quien atribuirle esa mirada

5.1.5. Eje 5. Impacto de la pandemia en la adolescencia y en el proceso de identificación.

Encuesta: P30. El uso masivo de redes sociales durante la pandemia tuvo un gran impacto en mis años de adolescencia.

Cohorte	De acuerdo (3-4)	En desacuerdo (1-2)	N
Adolescencia temprana (12-13 años)	7 (64%)	4 (36%)	11
Adolescencia media (14-15 años)	10 (83%)	2 (17%)	12
Adolescencia tardía (16-17 años)	4 (50%)	4 (50%)	8
Total	21 (68%)	10 (32%)	31

Tabla 16. Respuestas de la pregunta 30 de la encuesta. Elaboración propia.

Encuesta: P32. Durante la pandemia, las redes sociales me ayudaron a entender mejor quién soy o quién quería ser.

Cohorte	De acuerdo (3-4)	En desacuerdo (1-2)	N
Adolescencia temprana (12-13 años)	9 (82%)	2 (18%)	11
Adolescencia media (14-15 años)	6 (50%)	6 (50%)	12
Adolescencia tardía (16-17 años)	4 (50%)	4 (50%)	8
Total	19 (61%)	12 (39%)	31

Tabla 17. Respuestas de la pregunta 32 de la encuesta. Elaboración propia.

Encuesta: P36. Durante la pandemia cambié mi forma de presentarme (ropa, lenguaje, actitudes) influenciado/a por lo que consumía en redes.

Cohorte	De acuerdo (3-4)	En desacuerdo (1-2)	N
Adolescencia temprana (12-13 años)	8 (73%)	3 (27%)	11
Adolescencia media (14-15 años)	9 (75%)	3 (25%)	12
Adolescencia tardía (16-17 años)	4 (50%)	4 (50%)	8

Total	21 (68%)	10 (32%)	31
--------------	----------	----------	----

Tabla 18. Respuestas de la pregunta 36 de la encuesta. Elaboración propia.

Este eje revela de forma concreta cómo el auge que tuvieron las redes sociales a causa de la pandemia tuvo un impacto claro y marcado en los sujetos que atravesaron la adolescencia durante este periodo. De forma general se reconocen 2 grandes posturas: aquellos para los cuales las redes sociales funcionaron como un sostén emocional y un referente para su construcción subjetiva (identificaciones) vivido de forma positiva; y aquellos quienes remarcan las consecuencias negativas que estas les trajeron.

ID 28 (A. temprana), encuesta: Por lo que recién iba conociendo lo de las expresiones de género y todo lo relacionado influyó mucho en que pueda aceptarme y deje de buscar encajar.

BP2015 (A. media), grupo focal: Estaba mucho de moda esta app, Discord fue una forma de conectar con ciertas personas que no conocías (...) pero ya después, cuando me tocó ir presencialmente, (...) no podía interactuar con los demás porque me daba ansiedad, aunque eran personas que ya conocía.

ID 27 (A. tardía), encuesta: Pasé de estar 2 horas frente a la compu, a 14 horas, y después de eso no hubo vuelta atrás. Me volví sedentaria, tuve que usar lentes de nuevo me volví más ansiosa e insegura.

Estos tres testimonios permiten otorgarle una nueva significación a la red, logrando entenderla no sólo como un espacio de exploración, sino también como aquello que se interpuso entre el sujeto y una realidad que, durante el confinamiento, resultaba particularmente difícil de sostener, situaciones como: el aislamiento, la incertidumbre, la pérdida abrupta de los espacios y rutinas que antes formaban parte del día a día.

Nos encontramos que si bien, de forma transversal los tres cortes admiten que sí hubo una influencia de las redes sociales durante su adolescencia, esta varía drásticamente entre las cohortes. El grupo más joven es el que presenta de forma más consistente asociaciones positivas respecto a la influencia de las redes sociales, lo cual cobra sentido al considerar que estas convergieron en un punto de su adolescencia donde estaban empezando a buscar identificaciones y a armar una construcción subjetiva más propia; ante lo cual las redes sociales ofrecieron un espacio amplio y diverso a través del cual no solo adoptar identificaciones, sino también explorar

identidades que no necesariamente tenían que ser permanentes, y que podían perderse en el mar de contenido de internet.

La pregunta P32 permite precisar mejor esta diferencia entre cohortes: el 82% de la adolescencia temprana reconoce que las redes le ayudaron a entender mejor quién era o quién quería ser, cifra que desciende a 50% tanto en la adolescencia media como en la tardía. Esta distancia resulta coherente con lo señalado antes: para la cohorte más joven, las redes estaban disponibles justo en el momento en que comenzaba la búsqueda de identificaciones, funcionando como un espacio donde ensayar distintas versiones de sí sin el riesgo de comprometerse de manera definitiva con ninguna. Para las cohortes mayores, en cambio, la pregunta encuentra una construcción subjetiva ya más sistematizada, de modo que las redes no se viven tanto como el lugar donde se descubre quién se es, sino como un espacio que atravesó —de forma más marcada, según el caso— un proceso que en gran parte ya se sostenía en otro lado.

Así, la cohorte de adolescencia tardía se posiciona en el extremo opuesto, ya que presentan una tendencia a exponer una influencia negativa de las redes sociales; más específicamente, no se encuentra del lado de las identificaciones y de la construcción subjetiva como tal; puesto que debido a que ya se encontraban en una etapa más cercana a la adultez joven, estas ya estaban más consolidadas. Sino que más bien la influencia se encuentra del lado del componente adictivo de las redes sociales y de la presentación de su propia imagen en estas; ya que, para este punto este grupo ya posee una comprensión más holística acerca de qué implican las redes sociales, qué implica presentar una imagen en estas, y que implican los likes. Y, al ser esta su única ventana a un mundo exterior luego de haber atravesado la mayor parte de su adolescencia de forma presencial (o “normal”), las limitaciones y la implicación contextual del confinamiento se hacían notar de forma aguda.

Por último, la cohorte que presenta una respuesta más ambigua a categorizar la influencia de las redes como positiva o negativa es el grupo de adolescencia media, esto muestra un hallazgo interesante; ya que es donde más se puede notar una influencia respecto a la construcción subjetiva de esta etapa, puesto que este corte se encontraba justo a mitad de camino, por decirlo de alguna manera, en cuanto su armaje de identificaciones. En esta población hubo un choque entre el trabajo psíquico que venían construyendo desde un ambiente presencial hacia un ambiente netamente virtual; en una etapa sensible, pues en esta es donde se concentra el mayor trabajo psíquico para un armaje de identificaciones y construcción subjetiva sólidos y

consistente que encamina al adolescente hacia una visión e imagen más madura de sí mismo.

Este proceso que normalmente se encuentra mediado por múltiples componentes, como lo son la escuela, la familia, el grupo de amigos, etc., se condensó todo en las redes sociales; por lo cual la retroalimentación y las experiencias propias para su construcción subjetiva se vieron interrumpidas por el aislamiento. Además, se puede notar cómo para esta cohorte es más fácil tomar una postura matizada respecto a la influencia de las redes sociales al trabajarlo en pasado, analizándolo de forma retrospectiva les permite atribuir a un “yo” pasado verdaderamente cuál fue la influencia que estas plataformas tuvieron, creando una distancia psíquica que permite tomar una posición crítica sin que este cuestionamiento se viva como un ataque a su construcción subjetiva actual.

Es a partir del reconocimiento de la influencia que tuvieron estas plataformas en ese momento tan sensible de la construcción subjetiva, que podemos entender las posiciones actuales que vemos de estos jóvenes adultos, analizadas en el eje 2. La cohorte más joven tuvo una integración más armoniosa con las redes sociales, pues estas ya se encontraban ubicadas como El Elemento de referencia disponible para empezar a construir sus identificaciones; por esto es que actualmente se puede ver una posición más integrada y dispuesta a la discusión sobre su construcción subjetiva, ya que en su momento la transición fue más fluida, no hubo una construcción sólida previa que debía volcarse de un extremo a otro.

Con la cohorte mayor vemos una construcción subjetiva más sólida y que; sin embargo, las redes sociales no dejan de mostrar su influencia, sobre todo en temas de reconocimiento social y de la propiedad adictiva del uso constante de estas plataformas por una rutina comenzada a partir de la pandemia. Por último, podemos decir que la influencia más notable clínicamente se puede observar en el corte de adolescencia media; esto ya que, como mencionamos previamente, hubo un choque en esta etapa sensible, donde estos sujetos tuvieron que detener un poco la construcción subjetiva que se encontraban armando, y realizar un gran viraje en cómo podían explorar estas cuestiones de las identificaciones en un contexto de cambio abrupto de socialización a aislamiento. Lo cual generó que el armaje subjetivo construido en esta etapa de cambios y choques fuera un poco endeble al tener que volcarse abruptamente a las redes sociales como referente y espacio de exploración; lo que explica la posición

actual más defensiva al cuestionarse sobre sus identificaciones y su construcción subjetiva particular.

5.1.6. Eje 6. Los significantes del Otro en redes sociales: congruencia entre las identificaciones propias y las manifestaciones subjetivas en línea.

Encuesta: P11. Se me hace más fácil interactuar con personas a través de redes sociales que en persona.

Cohorte	De acuerdo (3-4)	En desacuerdo (1-2)	N
Adolescencia temprana (12-13 años)	4 (36%)	7 (64%)	11
Adolescencia media (14-15 años)	5 (42%)	7 (58%)	12
Adolescencia tardía (16-17 años)	2 (25%)	6 (75%)	8
Total	11 (36%)	20 (64%)	31

Tabla 19. Respuestas de la pregunta 11 de la encuesta. Elaboración propia.

Encuesta: P13. ¿En qué medida considera que lo mostrado en redes sociales le da forma a la imagen que las personas tienen de sí mismas?

Cohorte	En cierta o gran medida (3-4)	En poca o nula medida (1-2)	N
Adolescencia temprana (12-13 años)	8 (73%)	3 (27%)	11
Adolescencia media (14-15 años)	10 (83%)	2 (17%)	12
Adolescencia tardía (16-17 años)	5 (63%)	3 (37%)	8
Total	23 (74%)	8 (26%)	31

Tabla 20. Respuestas de la pregunta 13 de la encuesta. Elaboración propia.

Encuesta: P16. Mi perfil en redes sociales refleja fielmente quién soy en la vida real.

Cohorte	De acuerdo (3-4)	En desacuerdo (1-2)	N
Adolescencia temprana (12-13 años)	6 (55%)	5 (45%)	11
Adolescencia media (14-15 años)	8 (67%)	4 (33%)	12
Adolescencia tardía (16-17 años)	6 (75%)	2 (25%)	8
Total	20 (65%)	11 (35%)	31

Tabla 21. Respuestas de la pregunta 16 de la encuesta. Elaboración propia.

Encuesta: P18. Considero que las personas son muy diferentes en la vida real (en persona) a como se presentan en redes sociales.

Cohorte	De acuerdo (3-4)	En desacuerdo (1-2)	N
Adolescencia temprana (12-13 años)	8 (73%)	3 (27%)	11
Adolescencia media (14-15 años)	10 (83%)	2 (17%)	12
Adolescencia tardía (16-17 años)	6 (75%)	2 (25%)	8
Total	24 (77%)	7 (23%)	31

Tabla 22. Respuestas de la pregunta 18 de la encuesta. Elaboración propia.

Encuesta: P20. Considero que yo soy muy diferente en la vida real a como me presento en redes sociales.

Cohorte	De acuerdo (3-4)	En desacuerdo (1-2)	N
Adolescencia temprana (12-13 años)	4 (36%)	7 (64%)	11
Adolescencia media (14-15 años)	1 (8%)	11 (92%)	12
Adolescencia tardía (16-17 años)	2 (25%)	6 (75%)	8
Total	7 (23%)	24 (77%)	31

Tabla 23. Respuestas de la pregunta 20 de la encuesta. Elaboración propia.

Estos resultados en sí mismo guardan la característica de factor sorpresa, ya que pese al uso intensivo y cotidiano de las redes que documentan los ejes anteriores, solo el 36% de la muestra total considera que resulta más fácil interactuar con otros a través de estas que en persona. La mayoría, entonces, no encuentra en el intercambio digital un sustituto preferible al encuentro directo, lo cual permite matizar la idea de que las redes hayan desplazado sin más al vínculo presencial: parecen ocupar, más bien, un registro distinto —el de mostrarse, compararse, buscar reconocimiento, encontrar referentes— que no necesariamente coincide con el de sostener un intercambio con otro en tiempo real.

Esta distancia se acentúa además con la edad: mientras la adolescencia media es la que más se inclina a encontrar más sencilla la interacción digital (42%, la cifra más alta de las tres), la adolescencia tardía es la que menos lo hace (25%). Esto resulta coherente con lo ya señalado en el eje anterior: para las cohortes más jóvenes, buena parte de su socialización durante un momento particularmente sensible de su construcción propia se organizó justamente a través de medios digitales, por lo que no sorprende que conserve hoy una mayor comodidad con un tipo de vínculo que se

sostiene a partir de la interacción con las redes sociales. La cohorte mayor, en cambio, había consolidado gran parte de su vida social de forma presencial antes de que la pandemia los forzara a un cambio abrupto hacia una virtualidad total, y hoy, ya inserto en tareas propias de la adultez —el trabajo, los vínculos afectivos—, parece sostener con mayor firmeza que el encuentro directo con otro sigue ocupando un lugar que la pantalla no logra reemplazar del todo.

Por otro lado, este eje permite entender de mejor manera la dinámica que se vive subjetivamente en la interacción con redes sociales, puesto que nos encontramos frente a una clara tensión: los sujetos logran reconocer una falta de autenticidad total en los perfiles de otros usuarios, pero al mismo tiempo esa concepción no aplica a ellos mismos, sosteniendo una postura de autenticidad respecto del propio perfil en comparación con el contenido visto comúnmente en redes. El grupo focal, con su pregunta 2 (*¿Qué relación tienen sus perfiles en redes sociales con su identidad?*) nos proporciona una mirada más matizada acerca de qué implica esta tensión entre las manifestaciones subjetivas propias y las que se observan de los demás usuarios.

ID 2 (A. temprana), encuesta: Porque uno suele mostrar su mejor versión en las redes sociales.

ID 4 (A. media), encuesta: Porq comparto como soy, pero no del todo.

ID 30 (A. tardía), encuesta: Pues subir fotos es algo superficial pero si le agregas memes, comentarios y música de tu gusto a la final es un reflejo de tu personalidad,

JG2216 (A. tardía), grupo focal: Las redes sociales se conocen con otro nombre (...) pero no es que sea como que otra personalidad (...) a la final la gente en realidad no te conoce, no sabe cómo eres (...) yo lo que comparto suelen ser cosas que me gustan (...) pero de ahí al final del día, la gente (...) ve solamente una fachada de lo que en realidad soy.

Estas respuestas refuerzan los hallazgos encontrados en los ejes anteriores. donde los adultos jóvenes tienden a crear una narrativa que sostenga este elemento de autenticidad respecto a su construcción subjetiva; en el cual lo que varía es el nivel y la forma de influencia que tiene las redes sociales. En este caso los datos de la encuesta reflejan una posición mucho más dicotómica, donde existe una generalización respecto a que los perfiles del otro carecen de cierta autenticidad que el perfil propio sí posee; sin embargo, al indagar en las respuestas obtenidas en las discusiones de grupo focal, y de las preguntas abiertas, se ve que el discurso es más complejo. Pues si bien no se

reconoce del todo un elemento de falsedad en las redes propias, se admite que lo que se presenta en redes no refleja todo lo que es como persona; no utilizan significantes como “falso”, sino que defienden una posición de tener un perfil que podríamos llamar “curado”. donde publican solo lo bueno, publican su mejor cara.

La P13 añade otra pieza a esta tensión entre lo que se reconoce y lo que se vive en carne propia. El 74% de la muestra total coincide en que lo mostrado en redes sociales da forma, en cierta o gran medida, a la imagen que las personas tienen de sí mismas, una cifra alta y bastante estable entre cohortes (73%, 83% y 63% respectivamente). Mostrando así que ver constantemente cómo se presentan otros termina, de algún modo, incidiendo en cómo uno mismo llega a verse.

Sin embargo, este reconocimiento se confronta con lo que las mismas cohortes responden cuando la pregunta se dirige directamente hacia su caso en particular. Ya que el 64,5% sostiene que su perfil refleja fielmente quién es en la vida real (P16), y apenas el 23% considera que su perfil resulta muy diferente en persona de cómo se presenta en redes (P20). El mecanismo que se admite sin dificultad cuando se trata de las personas en general —que las redes moldean la imagen que uno tiene de sí mismo— se vuelve mucho más difícil de localizar cuando la pregunta recae sobre el propio caso. No es que el sujeto miente al afirmar que su perfil lo refleja fielmente; es que aquello que forma la propia imagen suele operar precisamente ahí donde resulta más difícil verlo funcionar sobre uno mismo, mientras permanece perfectamente visible cuando se trata de observarlo en el resto.

En cuanto los contrastes encontrados por edad, se reitera que los cortes de adolescencia temprana y adolescencia tardía son las que se encuentran más dispuestos a tener una mirada más matizada y analítica acerca de la influencia que tiene las redes sociales en las formas en que manifiestan su subjetividad en línea. Mientras que, la adolescencia media repite una posición defensiva, generada a raíz del choque entre la construcción propia que se venía realizando de forma presencial, hacia volcarse a las redes sociales como medio principal para construirse; pues sus respuestas reflejan una aversión a ser acusados de “copiar” y de carecer de “autenticidad”, buscando sostener que su construcción subjetiva, sus identificaciones, son propias, y que son verdaderamente un reflejo de quiénes son. Esta cualidad se enlaza con el periodo en el que vivimos, pues la modernidad líquida ya no presenta un gran referente, sino que ha dejado al sujeto en extrema libertad, exigiendo que cada quien busque cómo hacer, cómo constituirse a sí mismo.

Tampoco el perfil ofrece al Otro digital un sujeto en su totalidad, sino recortes sucesivos que pueden multiplicarse sin agotar nunca aquello que representarían. El sujeto arma y cura estos fragmentos sosteniendo un circuito que, como el goce del idiota trabajado en el Capítulo 3, puede bastarse a sí mismo, sin depender de que exista efectivamente un otro que lo mire con la atención que el gesto de curar parece suponer.

En función de aquello, la identidad digital no se vive como una máscara separada de la identidad presencial, es más bien una curaduría parcial y fragmentaria de una misma construcción subjetiva, sostenida por un goce que puede prescindir en gran medida del reconocimiento efectivo de un otro real.

CONCLUSIONES

Este trabajo de investigación permite reconocer la influencia que han tenido las redes sociales en la construcción subjetiva de los jóvenes contemporáneos; tanto así, que el uso desmedido normalizado de hoy ha causado que las identificaciones que sostienen al sujeto estén del lado de la liquidez más que de un sistema sólido. Por medio del análisis de la encuesta y del grupo focal, es posible discernir que, elementos como el rango etario (momento evolutivo) de su adolescencia en el que estos jóvenes atravesaron la pandemia, y el contexto psicosocial particular de cada persona, son aquellos que determinan de forma principal qué influencia logran las redes sociales en el sujeto, más allá de las propias cualidades adictivas de estas plataformas.

Así mismo, a través de la revisión bibliográfica se puede contextualizar lo que es el goce y cómo este opera como elemento que engancha al sujeto a mantener un circuito de reiteración, esto a pesar de los efectos que el uso desmedido de estas plataformas le trae. Elementos como la modernidad líquida (de la época de El Nombre del Padre a Los Nombres del Padre), las redes sociales como panóptico digital (la mirada del Otro como mediador), una sociedad que opera bajo la lógica del discurso capitalista, y la prevalencia de enjambres digitales por sobre la masa, han construido un terreno complejo sobre el cual las identificaciones que el sujeto contemporáneo logra adoptar y armar tienen una característica de liquidez, pues son construidas para ser cambiantes —como las redes—, y donde la prevalencia está en un empuje por el sujeto de la producción y del consumo. Es en tanto esto, como con los resultados de la encuesta y del grupo focal, que se reafirma cómo las redes sociales —y las identificaciones que surgen de estas— se perciben como líquidas y hasta transitorias, lo que ha generado inconsistencias en las construcciones subjetivas.

Del mismo modo, los resultados obtenidos en el trabajo de campo revelan un mecanismo inconsciente de las redes sociales, pues estas operan como una forma permanente de acceder a la mirada del Otro, y a estar bajo la mirada del Otro, mecanismos que terminan funcionando como instancia de regulación y validación del sí mismo. Expresamos que este mecanismo opera de forma inconsciente dado que en el discurso de los participantes se observa una tensión entre el uso moderado-intensivo de las redes sociales, sumado a demeritar la importancia de mantenerse actualizados respecto a lo que ocurre en estas; mientras que, paradójicamente, se admite tomar “inspiración” de las redes (para gustos, estilos, etc.) y prestar atención a los likes que

reciben de seguidores y amigos, los cuales han sido significados como expresiones de validación y reconocimiento por parte del Otro.

Ligado a esto, las características psicosociales de cada sujeto serán una de las determinantes para plantear la experiencia digital y el tipo de influencia que estas plataformas traen a sus usuarios. Así, cuestiones como una construcción subjetiva armada sobre un terreno de cambio constante y repleto de estímulos, tendencias a la ansiedad, ser proclive a seguir a una “masa”, contextos familiares caóticos, y la capacidad de sostener una postura analítica, crítica y abierta a la discusión respecto a lo que se consume; son elementos que vuelven a un sujeto más vulnerable a formar una construcción subjetiva (identificaciones) estructuralmente más endeble e influenciables.

El levantamiento de información también ha demostrado que las redes sociales ya no se viven solo como una herramienta, sino como una extensión del entorno sobre el cual ser sujeto se desarrolla y desenvuelve. Los jóvenes adultos contemporáneos mantienen una relación cargada de sentimientos ambivalentes con las redes sociales, generado a partir de la tensión que provocan la condensación de varios entornos en un mismo objeto: los sujetos la reconocen como una plataforma de uso constante (reflejado en la media de 2 a 6 horas al día de uso), de la cual a pesar de reconocer su poder adictivo y vivir experiencias de malestar a raíz del uso de estas, al mismo tiempo no se puede escapar de ella puesto que se han posicionado como medio para la comunicación, la información, el entretenimiento, y como referente para obtener identificaciones con un peso equivalente al que tiene el entorno cercano (familia, amigos, etc).

Así mismo, el momento evolutivo en el que se encontraban en su adolescencia durante la pandemia —la cual fue el auge más reciente de redes sociales— determinó la influencia que las redes sociales ejercen sobre los sujetos y cómo se dan sus manifestaciones subjetivas en la actualidad. Siendo así que en la cohorte más joven, se puede ver una influencia percibida como positiva, generando una integración fluida entre los referentes obtenidos en redes sociales y un conjunto de identificaciones propio, esto al encontrarse en un punto inicial de exploración acerca de una construcción subjetiva más madura, las redes sociales se posicionaron como un espacio ideal para comenzar su camino de autoconocimiento. Actualmente, esto se manifiesta a través de una posición reflexiva, en la que se reconoce que se toma elementos de las redes, pero que estos no se replican, sino que se adaptan; lo que deviene en

identificaciones que si bien dan cuenta del momento cultural que vive el sujeto (moda, trends, etc.), al estar más integradas son relativamente sólidas, permitiendo que el sujeto se mueva de forma por la vida usando de forma consciente estos referentes.

En la cohorte de adolescencia media la influencia de estas plataformas se vive como más ambigua, pues se logró observar que existe una clara tensión no resuelta entre el uso consciente de las redes sociales y su influencia inconsciente. Este cohorte es el único en el cual las redes sociales se posicionaron por sobre el entorno/la familia como fuente de identificaciones, pero paradójicamente es el que más niega una influencia ligada a su construcción subjetiva; esto daría cuenta de que en este cohorte, al ya haber comenzado un proceso de construcción de identificaciones más maduras en un contexto presencial, el viraje hacia una virtualidad absoluta durante la pandemia provocó construcciones subjetivas tropezadas, lo cual se manifiesta en una posición actual en la que este cohorte ha desarrollado una narrativa que defiende de forma radical la autenticidad de una construcción subjetiva propia, rechazando cualquier elemento que cuestione que hay algo en su ser que sea “no propio”. Por lo que, nos encontramos con identificaciones menos sólidas, al construirse de forma tropezada sobre el campo de lo cambiante e instantáneo de las redes, estas adoptan más de esta propiedad líquida característica de estas plataformas.

Mientras que, el cohorte mayor de adolescencia tardía es el que más puede reconocer de forma consciente y matizada la influencia que las redes sociales tienen en su vida, esto gracias a que durante la pandemia se encontraban al final de la adolescencia, momento para el cual ya contaban con una construcción subjetiva más madura y sólida; brindándoles una posición más consciente —tanto de sí mismo como de las redes— acerca de cuáles identificaciones, que les presentaban estas plataformas, adoptar. No obstante, a pesar de que la influencia de las redes en este cohorte no se presentó principalmente en la cuestión de las identificaciones, sí se presentó una mayor influencia respecto a la validación social; generando así perfiles cuyo contenido publicado es más consciente —y hasta curado— con el fin de obtener la aprobación del Otro, algo que valide esta construcción subjetiva, presentándola como agradable, y en tanto capaz de sostener al sujeto subjetivamente al mismo tiempo que le permite moverse por la vida.

Tal parece, que a mayor liquidez —se reconozca consciente o inconscientemente— en estos referentes, esto provoca que los sujetos tengan que sostener un mayor trabajo psíquico que les permita construir un conjunto de identificaciones que brinde solidez

a su construcción subjetiva, movilizando a los sujetos a tomar una posición más analítica y un proceso de resignificación más consciente de estos referentes —los cuales se encuentran principalmente en el registro imaginario— para producir una construcción subjetiva que sostenga un concepto claro acerca de quiénes son y qué formas particulares les funcionan para moverse por la vida (para responder a las exigencias económicas, sociales, a las relaciones con el otro; y que a su vez siga su propio deseo).

En contemplación hacia futuros trabajos, esta investigación deja abiertas y sembradas algunas interrogantes que no fueron posible desarrollar aquí. Sirviéndonos del diseño transversal, este nos permitió comparar cohortes que atravesaron la pandemia en varios momentos clave del desarrollo adolescente. Pero, en función de sus límites, no permite establecer si la liquidez evidenciada en las identificaciones que aquí se documenta se sostiene en el tiempo o se transforman en conforme estos sujetos avanzan en su proceso evolutivo, entendiéndose este como el transitar por la adultez; en función de esta interrogante, un seguimiento longitudinal de una misma cohorte podría responder a esta pregunta. Asimismo, queda pendiente profundizar en la forma en que algunos sujetos reconocen abiertamente tomar de las redes elementos que no les pertenecen, mientras que otros se apropian de esos mismos referentes como si fueran enteramente propios; esta paradoja, ligada a los mecanismos que niegan lo tomado del Otro, podría constituirse en objeto de un trabajo posterior.

Estos hallazgos plantean, finalmente, una pregunta que excede los límites de este trabajo pero que se desprende directamente de él. Si las identificaciones del sujeto contemporáneo se sostienen cada vez más sobre un registro imaginario, atravesado por la lógica del enjambre y del discurso capitalista, y si el goce que convocan las redes sociales puede prescindir en buena medida de un Otro que sostenga la mirada, cabe preguntarse qué lugar puede ofrecer la clínica a un malestar que no siempre se vive como síntoma, sino como una forma más de estar en el mundo. ¿De qué manera podría un análisis alojar aquello que cada sujeto trae de su experiencia con las redes sociales, sin patologizarla de antemano pero sin desconocer tampoco el sufrimiento puesto en juego?.

REFERENCIAS

- Aesthetics Wiki. (2020). *List of Aesthetics*. Aesthetics Fandom Wiki. https://aesthetics.fandom.com/wiki/List_of_Aesthetics
- Ballesteros Velázquez, B., Callejo, J., Cisneros-Puebla, C. A., Escaño, C., Feliz, T., Jara Labarthé, V. A., Navarro García-Suelto, C., & Recio Moreno, D. (2018). *Enredados en el mundo digital. Sociedad y redes sociales*. Uned Editorial.
- Barrionuevo, J. (2011). *Adolescencia y Juventud. Consideraciones desde el psicoanálisis*. Eudeba.
- Bauman, Z. (2003). *Modernidad Líquida*. Fondo de Cultura Económica de Argentina. <https://yorchdocencia.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/04/bauman-zygmunt-modernidad-lc3adquida.pdf>
- Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. <https://cuaticocom.wordpress.com/wp-content/uploads/2019/01/275.-vida-de-consumo-1.pdf>
- Cardona Quitián, H. E. (2020). El discurso capitalista, Un mundo feliz y Gran hermano. *Desde el Jardín de Freud*, (20), 75–92. <https://doi.org/10.15446/djf.n20.90166>
- Caroz, G. (2018, agosto). Modos de goce, el tiempo para elegir. *Virtualia. Revista digital de la Escuela de la Orientación Lacaniana*, 35. <https://www.revistavirtualia.com/articulos/802/estudios-puntuaciones/modos-de-goce-el-tiempo-para-elegir>
- Carrión Bósquez, N. G., & Usiña Básconez, G. G. (2025). Preferencia de Consumo de Redes Sociales. Un Análisis Comparativo entre Cohortes Poblacionales. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 9(2), 6028–6048. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i2.17348
- Coral, D. (2016, septiembre). *Guía para hacer una revisión bibliográfica* [Publicación de una universidad]. Universidad el Bosque. Guías Laboratorio de pensamiento y lenguajes. <https://lpl.unbosque.edu.co/wp-content/uploads/09-Guia-Revisio%CC%81n-bibliografica.pdf>
- Delgado, L. (2015). 10. Psicología del desarrollo. En *Fundamentos de Psicología. Para ciencias sociales y de la salud* (pp. 267–294). Editorial medica panamericana.

- Del Prete, A., & Redon Pantoja, S. (2020). Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas*, 19(1), 1-11. <http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue1-fulltext-1834>
- Díaz, F., & Sánchez, L. (2024). Influencia de las redes sociales en el comportamiento humano. *Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria PENTACIENCIAS*, 6(6), 220–234. <https://doi.org/https://doi.org/10.59169/pentaciencias.v6i6.1272>
- Durao, M., Etchezahar, E., Gómez Yepes, T., & Muller, M. (2024). *Hiperconectados. Los desafíos psicológicos de la era digital* (1a ed.). <https://ciec.edu.co/wp-content/uploads/2024/07/Hiperconectados.-Desafios-psicologicos-de-la-era-digital.pdf>
- Escuela de la Orientación Lacaniana (EOL). (2018, septiembre). El psicoanálisis y la discordia de las identificaciones. Vínculos creencias nominaciones. *XXVII Jornadas Anuales de la EOL*. <https://es.scribd.com/document/721488366/JornadasEOL-27>
- Foucault, M. (2002). *Vigilar y Castigar: Nacimiento de la prisión*. Siglo XXI Editores Argentina.
- Freud, S. (1975). Obras completas: Más allá del principio de placer, Psicología de las masas y análisis del yo, y otras obras (1920-1922) (J. Strachey, Ed.; J. L. Etcheverry, Trad.; Vol. 18). Amorrortu editores. (Obra original publicada en 1920-1922).
- Freud, S. (1976). Obras completas: El porvenir de una ilusión, El malestar en la cultura, y otras obras (1927-1931) (J. Strachey, Ed.; J. L. Etcheverry, Trad.; Vol. 21). Amorrortu editores. (Obra original publicada en 1927-1931).
- Fuster Guillen, D. E. (2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. *Propósitos y Representaciones*, 7(1), 201–229. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.20511/pyr2019.v7n1.267>
- Giolo, G., & Berghman, M. (2023). The aesthetics of the self: The meaning-making of Internet aesthetics. *First Monday*, 28(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.5210/fm.v28i3.12723>
- Han, B.-C. (2014). *En el enjambre*. Herder Editorial. https://www.master7.cl/coedirectivo/2022/en_el_enjambre.pdf
- Han, B.-C. (2021). *No-Cosas. Quiebras del mundo de hoy*. Taurus.

- Hernández Rangel, A., Uribe Alvarado, I., & Oropeza Tena, R. (2022). ¿Y ahora qué? Cambio en el uso de las redes sociales durante la pandemia por covid-19. *La investigación en el posgrado*, 151–172. <https://omp.uaa.mx/uaa/catalog/download/196/192/1993?inline=1>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta). McGraw Hill Education. https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf
- Herrera, E. (2025). Interacciones en las redes sociales y sus efectos en los vínculos interpersonales, la necesidad de aprobación y la identidad en jóvenes universitarios. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (75), 97–126. <https://doi.org/https://doi.org/10.35575/rvucn.n75a5>
- Ioskyn, J. (2015, junio). El panóptico digital. *Virtualia*, (30). <https://www.revistavirtualia.com/storage/articulos/pdf/yduREMg5lqk4AZvScz1mNdFIlFPdWDh1AmLK8hkg.pdf>
- Islas, O. (2026, abril 6). *Digital 2026. Tercera parte. Panorama de las redes sociodigitales* [Eluniversal.com.mx]. El Universal. <https://www.eluniversal.com.mx/opinion/octavio-islas/digital-2026-tercera-parte-panorama-de-las-redes-sociodigitales/>
- Jansen, H. (2013). La lógica de la investigación por encuesta cualitativa y su posición en el campo de los métodos de investigación social. *Paradigmas*, 5(1), 39–72. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4531575.pdf>
- López, A. (2022). Investigación cualitativa: Grupos focales y su aplicación en las Ciencias Sociales. *Cuadernos de Sociología*, 2(4). https://www.researchgate.net/publication/382503695_Investigacion_cualitativa_Grupos_focales_y_su_aplicacion_en_las_Ciencias_SocialesQualitative_research_Focus_groups_and_its_application_in_the_Social_Sciences#fullTextFileContent
- Lacan, J. (2006). El Seminario de Jacques Lacan, Libro 10: La angustia (J.-A. Miller, Ed.; E. Berenguer, Trad.). Paidós. (Obra original publicada en 1962-1963).
- Lacan, J. (2008). El Seminario de Jacques Lacan, Libro 20: Aún (J.-A. Miller, Ed.; D. Rabinovich, Trad.). Paidós. (Obra original publicada en 1972-1973).

- Mazzuca, R. (2007). Las Identificaciones En La Primera Parte De La Obra De Lacan (1931-1959). *Anuario de Investigaciones*, XIV, 75–83. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=369139943037>
- Mendoza-Ponce, H., Zambrano-Alcívar, K., & Alcívar-Castro, E. (2015). Influencia de las redes sociales en la identidad personal de los universitarios chonenses. *Revista científica dominio de las ciencias*, 1(1), 75–84. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5761661>
- Naciones Unidas. (2025). *Juventud | Naciones Unidas*. United Nations. Naciones Unidas. Paz, dignidad e igualdad en un planeta sano. <https://www.un.org/es/global-issues/youth>
- Ossa Ramírez, J. F. (2007). Alternativas de identificación. Una revisión de tema. *Revista Científica Guillermo de Ockham*, 5(2), 23–52. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105316865003>
- Quintana Suarez, J. T., Caballero Pabon, L. N., & Sánchez Tovar, J. S. (2024). La individualidad líquida en tiempos post-modernos. *Revista Presencias, Saberes y Expresiones*, 3(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.24054/pse.v3i1.3111>
- Sandoval, S. A. (2018). *Psicología del desarrollo humano II. Compilación* (Segunda). Universidad Autónoma de Sinaloa. Dirección General de Escuelas Preparatorias. https://dgep.uas.edu.mx/librosdigitales/6to_SEMESTRE/64_Psicologia_del_Desarrollo_Humano_II.pdf
- Sinatra, E. S. (2014, noviembre). A identificaciones líquidas, adicciones sólidas. *Virtualia*. Revista digital de la Escuela de la Orientación Lacaniana, (29), 1-5. <http://virtualia.eol.org.ar/>
- Saavedra, M. E., Ojeda, R. A., Suárez, S. C., & Aguzzi, A. J. (2022). Una lectura desde el psicoanálisis de la adultez joven en nuestro tiempo. *Anuario de Investigaciones*, 29, 377–381. https://www.psi.uba.ar/publicaciones/anuario/trabajos_completos/29/saavedra.pdf
- Secretaría Nacional de Planificación. (2025). *Plan Nacional de Desarrollo “Ecuador no se detiene” 2025- 2029*. https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2025/08/PlanNacionalDeDesarrollo25-29_EcuadorNoSeDetiene.pdf

- Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. (2022). *Dominios Institucionales*.
<https://www.ucsg.edu.ec/institutos/institutos-icseha/dominios-institucionales/>
- Universidad de los Andes. Centro Interdisciplinario de Estudios sobre Desarrollo - CIDER. (2024). Formato de consentimiento informado.
<https://cider.uniandes.edu.co/sites/default/files/investigacion-publicaciones/Comite-etica/Formato-consentimiento-informado.docx>
- Vargas, J., Freire, E., Bastidas, N., & Remache, M. (2025). Redes sociales y construcción de identidad juvenil. *Polo del conocimiento*, 10(11), 2937–2954.
<https://www.polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/10947/28557>
- Velásquez, J. F. (2009). La juventud y la época: Temeridad y cobardía. Patologías de la individualización en el joven contemporáneo. *Revista CES Psicología*, 2(1), 35–51. <https://revistas.ces.edu.co/index.php/psicologia/article/view/352/199>

ANEXOS.

Anexo 1. Cuestionario de la encuesta para la recolección de información.

1. ¿Qué carrera estás estudiando actualmente?

- Arquitectura
- Diseño Gráfico
- Diseño de interiores
- Otra: _____

2. Sexo

- Femenino
- Masculino
- Otra: _____

3. Género con el que te identificas

- Hombre
- Mujer
- Persona trans
- No binarie
- Género fluido
- Otra: _____

4. Género con el que te identificas

- 18
- 19
- 20
- 21
- 22
- 23
- Otra: _____

5. Edad que tenías cuando inició la pandemia (Marzo 2020)

- 12
- 13
- 14
- 15
- 16
- 17

- Otra: _____

6. ¿Cuáles de las siguientes redes sociales utiliza con más frecuencia? (escoger máximo 3)

- TikTok
- Instagram
- X (Twitter)
- Facebook
- Youtube
- Twitch
- Tumblr
- Pinterest
- Otra: _____

2. ¿Cuántas horas utiliza las redes sociales al día?

- 1. Menos de 2 horas al día
- 2. Entre 2 y 4 horas
- 3. Entre 4 y 6 horas
- 4. Más de 6 horas

3. ¿Qué tipo de contenido consumes principalmente en redes sociales? (escoger máximo 3)

- Entretenimiento (humor, memes, videos virales)
- Moda, belleza
- Música y arte
- Vida cotidiana (vlogs, lifestyle)
- Tutoriales o contenido educativo
- Noticias e información
- Otro: _____

4. Considero importante mantenerme al día con lo que ocurre en redes sociales

- 1. Para nada de acuerdo
- 2. Poco de acuerdo
- 3. Algo de acuerdo
- 4. De acuerdo

4.1) ¿Por qué?: _____

5. Se me hace más fácil interactuar con personas a través de redes sociales que en persona.

- 1. Para nada de acuerdo
- 2. Poco de acuerdo
- 3. Algo de acuerdo
- 4. De acuerdo

5.1) ¿Por qué?: _____

6. ¿En qué medida considera que lo mostrado en redes sociales le da forma a la imagen que las personas tienen de sí mismas?

- 1. Para nada
- 2. En poca medida
- 3. En cierta medida
- 4. En gran medida

7. Cuando ves perfiles de personas que admiras en redes sociales, ¿qué tan seguido te encuentras comparando su vida o apariencia con la tuya?

- 1. Nunca
- 2. Pocas veces
- 3. Algunas veces
- 4. Muchas veces

8. ¿A través de qué medio adoptas más frecuentemente expresiones, costumbres, modas, etc? (escoger máximo 2).

- Redes sociales
- Mi entorno (familia, amigos, compañeros, vecinos)
- Películas/series
- Introspección (reflexión sobre si mismo)
- Otro: _____

9. Mi perfil en redes sociales refleja fielmente quién soy en la vida real.

- 1. Para nada de acuerdo
- 2. Poco de acuerdo
- 3. Algo de acuerdo
- 4. De acuerdo

9.1) ¿Por qué?: _____

10. Considero que las personas son muy diferentes en la vida real (en persona) a como se presentan en redes sociales.

- 1. Para nada de acuerdo
- 2. Poco de acuerdo
- 3. Algo de acuerdo
- 4. De acuerdo

10.1) ¿Por qué?: _____

11. Considero que yo soy muy diferente en la vida real a como me presento en redes sociales.

- 1. Para nada de acuerdo
- 2. Poco de acuerdo
- 3. Algo de acuerdo
- 4. De acuerdo

11.1) ¿Por qué?: _____

12. Cuando sigo una tendencia, lo hago porque genuinamente me interesa, y no por presión social ni por el deseo de encajar.

- 1. Para nada de acuerdo
- 2. Poco de acuerdo
- 3. Algo de acuerdo
- 4. De acuerdo

12.1) ¿Por qué?: _____

13. Si algo que me gusta deja de estar de moda o se vuelve “cringe” lo niego o dejo de hacerlo.

- 1. Para nada de acuerdo
- 2. Poco de acuerdo
- 3. Algo de acuerdo
- 4. De acuerdo

13.1) ¿Por qué?: _____

14. El número de likes, comentarios o seguidores que recibo influye en cómo me siento conmigo mismo/a.

- 1. Para nada de acuerdo
- 2. Poco de acuerdo
- 3. Algo de acuerdo
- 4. De acuerdo

14.1) ¿Por qué?: _____

15. Me inspiro de las “aesthetics” o “cores” de internet para construir quien soy y/o cómo me presento ante el mundo.

- 1. Para nada de acuerdo
- 2. Poco de acuerdo
- 3. Algo de acuerdo
- 4. De acuerdo

15.1) ¿Por qué?: _____

16. El uso masivo de redes sociales durante la pandemia tuvo un gran impacto en mis años de adolescencia temprana (12-15 años)

- 1. Para nada de acuerdo
- 2. Poco de acuerdo
- 3. Algo de acuerdo
- 4. De acuerdo

16.1) ¿Por qué? o ¿De qué forma?: _____

17. Durante la pandemia, las redes sociales me ayudaron a entender mejor quién soy o quién quería ser.

- 1. Para nada de acuerdo
- 2. Poco de acuerdo
- 3. Algo de acuerdo
- 4. De acuerdo

17.1) ¿De qué forma?: _____

18. Siento que mis gustos, valores y forma de ser son propios, no copias de lo que veía en redes.

- 1. Para nada de acuerdo
- 2. Poco de acuerdo
- 3. Algo de acuerdo
- 4. De acuerdo

18.1) ¿Podrías nombrar un ejemplo?: _____

19. Durante la pandemia cambié mi forma de presentarme (ropa, lenguaje, actitudes) influenciado/a por lo que consumía en redes.

- 1. Para nada de acuerdo
- 2. Poco de acuerdo
- 3. Algo de acuerdo

- 4. De acuerdo

19.1) ¿Por qué crees que fue esto?: _____

20. ¿Estaría dispuesto/a a participar en grupo focal, de forma anónima, para la recolección de datos de la tesis asociada a esta encuesta?

- Si
- No

20.1) Correo electrónico y número de Whatsapp de contacto: _____

Anexo 2. Cuestionario de preguntas del grupo focal.

Datos básicos.

- Sexo
 - Género con el que te identificas
 - Edad
 - Edad que tenías cuando inició la pandemia (Marzo 2020)
- 1) Cuéntenos un poco como es su relación con las redes sociales (cuándo las usa, para qué...)
 - 2) ¿Qué relación tienen sus perfiles en redes sociales con su identidad?
 - 3) ¿Alguna vez adoptaste algo que estaba en tendencia aunque no te convenciera del todo, o negaste algo que te gustaba porque se volvió "cringe"?
 - 4) ¿Cómo es su relación con los likes o número de seguidores?
 - 5) ¿Cómo influyen las redes sociales en tus creencias y en cómo te ves?
 - 6) ¿Cuál es tu relación con las “aesthetics” o los “core” que aparecen en redes sociales? (qué son para ti, tomas mucha inspiración de estas, influyen en tus gustos, en tu manera de presentarte...)
 - 7) ¿Cómo crees que afectó el uso de redes sociales durante la pandemia a tu adolescencia?

Anexo 3. Modelo del consentimiento informado.

Formato de consentimiento informado adaptado del modelo obtenido de la página web de la Universidad de los Andes (2024).

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA LA PARTICIPACIÓN EN UNA INVESTIGACIÓN

Guayaquil, 29 de julio del 2026

Estimado

Somos Alejandra Correa y Maria Laleska Mendieta, estudiantes de grado de la carrera de psicología clínica de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Como parte de nuestros estudios, estamos desarrollando nuestro trabajo de titulación, titulado *“Redes sociales y procesos de identificación en adultos jóvenes que atravesaron la adolescencia durante la pandemia en Guayaquil”*. Queremos invitarla(o) a participar en este proyecto, que permitirá analizar la influencia de las redes sociales en los procesos de identificación en adultos jóvenes contemporáneos, mediante un grupo focal, para identificar los efectos que dichas plataformas producen en la subjetividad.

Si usted acepta participar, le pediremos que asista a un grupo focal el **martes 4 de agosto a las 6:00 pm**. El grupo focal tendrá una duración aproximada de 1 hora a 1 hora y media, y nos reuniremos con otros 5 a 6 participantes para conversar sobre los efectos de las redes sociales en la subjetividad.

Su participación en esta investigación no tiene ninguna recompensa material o económica y usted es libre de no participar o de retirarse cuando lo desee. Sus opiniones y aportes a esta investigación se usarán exclusivamente para este proyecto y se archivarán de manera segura. Si usted nos autoriza, grabaremos y transcribiremos la entrevista y, si lo desea, podemos hacerle llegar una copia de la transcripción para que usted pueda revisarla y corregirla si lo considera necesario. Su nombre ni imagen aparecerán en nuestro trabajo de investigación, sino que sus respuestas serán registradas bajo un seudónimo. Nuestro trabajo de grado quedará a disposición de la facultad y carrera para la cual se está realizando este trabajo.

Estamos muy agradecidas de que nos haya permitido explicarle este proyecto. Si lo desea puede contactarnos en el siguiente correo electrónico: maria.mendieta04@cu.ucsg.edu.ec, alejandra.correa@cu.ucsg.edu.ec. También puede contactar al docente a cargo en el siguiente correo: rodolfo.rojas@cu.ucsg.edu.ec

Gracias.

Si está de acuerdo en participar en este proyecto por favor escriba SI (o un ✓) o NO (o una X) en cada una de las casillas y escriba su nombre y datos de contacto

- ☐ Acepto participar de manera libre y voluntaria en este proyecto y entiendo que no recibiré recompensa material o económica y que puedo retirarme cuando lo desee
- ☐ Autorizo a que el trabajo de grado / las publicaciones derivadas de esta investigación incluyan fotografías del grupo focal en las que yo aparezco
- ☐ Autorizo a que grabe la entrevista y tome apuntes durante la misma
- ☐ Solicito que me haga llegar copia de la transcripción de mi entrevista
- ☐ Solicito que no revele mi nombre y si mis opiniones son citadas solicito que se haga de manera anónima o bajo un seudónimo.
- ☐ Solicito que me haga llegar copia del trabajo de grado o de las publicaciones que se deriven de esta investigación

Nombre de participante:

Cédula de ciudadanía del participante:

Fecha:

Correo electrónico:

Teléfono:



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotras, **Correa Vélez, Alejandra Francisca**, con C.C: # **0953530169** y **Mendieta Noboa, Maria Laleska**, con C.C: # **0954806378** autoras del trabajo de titulación: **Redes sociales y procesos de identificación en adultos jóvenes de Guayaquil que atravesaron la adolescencia durante la pandemia** previo a la obtención del título de **Licenciadas en Psicología Clínica** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaramos tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, 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 titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.-Autorizamos a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 6 de septiembre de 2026

f.

Correa Vélez, Alejandra Francisca

C.C: **0953530169**

f.

Mendieta Noboa, Maria Laleska

C.C: **0954806378**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Redes sociales y procesos de identificación en adultos jóvenes de Guayaquil que atravesaron la adolescencia durante la pandemia.		
AUTOR(ES)	Correa Vélez, Alejandra Francisca Mendieta Noboa, Maria Laleska		
REVISOR(ES)/ TUTOR(ES)	Psi. Cl. Rojas Betancourt, Rodolfo Francisco		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Psicología, Educación y Comunicación.		
CARRERA:	Psicología Clínica		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciada en Psicología Clínica		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	25 de agosto de 2026	No. DE PÁGINAS	112
ÁREAS TEMÁTICAS:	Psicología Clínica; Psicoanálisis; Estudios socioculturales; Construcción subjetiva		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Identificaciones; Redes Sociales; Modernidad Líquida; Construcción Subjetiva; Compulsión.		
RESUMEN/ABSTRACT: El presente trabajo investigativo aborda la influencia de las redes sociales en los procesos de identificación de adultos jóvenes contemporáneos, un tema relevante para pensar la construcción subjetiva actual, marcada por identificaciones del lado de la liquidez, tras atravesar la adolescencia —momento clave para la construcción de su sistema identificadorio— durante la pandemia, que derivó en un uso prolongado y normalizado de estas plataformas. El objetivo general del trabajo fue analizar dicha influencia mediante el uso de revisión bibliográfica y trabajo de campo, con la finalidad de identificar los efectos que produce en la subjetividad del sujeto. Para ello se empleó un enfoque cualitativo con alcance descriptivo, el cual se sustenta en un análisis teórico, encuestas y en un grupo focal con jóvenes de 18 a 23 años. Los hallazgos muestran que las redes sociales ya no solo cumplen la función de herramienta, sino que, al mismo tiempo, se viven como una extensión del entorno en que el sujeto se desarrolla, generando una relación cargada de sentimientos ambivalentes. Factores como la edad durante la pandemia, el entorno y la construcción subjetiva particular de cada sujeto determinan si este uso funciona como una herramienta facilitadora para la construcción de identificaciones, si estas devienen permeables, creando una narrativa defensiva; o si se viven como un campo consciente de inspiración y validación de la construcción subjetiva.			
ADJUNTO PDF:	☒ SI	☐ NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-939211535 +593-960294926	E-mail: maria.mendieta04@cu.ucsg.edu.ec alejandra.correa@cu.ucsg.edu.ec	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Colmont Martínez, Marcia Ivette, Mgs. Teléfono: +593-999432417 E-mail: marcia.colmont@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			