



Imagen, *imago*, *selfie*: el estadio del espejo entre identidad e identificación

Image, imago, selfie: the mirror stage between identity and identification

Sergio J. Aguilar Alcalá

Investigador independiente.

sergio.aguileralcala@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-1712-753X>

Recibido: 05-05-2024 Revisado: 30-05-2024 Aceptado: 30-06-2024

Resumen

Este artículo propone una lectura del fenómeno de la *selfie* a partir de la comprensión del sujeto, el Yo, la identidad, la identificación, la imagen y la imago que provee el escrito de Jacques Lacan sobre el estadio del espejo. Se establecen críticas a los modos en que, desde los estudios de comunicación, se entiende la *selfie* como una expresión de la identidad del individuo. La lectura psicoanalítica no permite asumir una identidad que no esté ya atravesada por la otredad, lo que resulta en una comprensión de la *selfie* que va en contra de la presunción de un Yo que tiene control sobre su propia imagen, y que permite señalar los modos en que la *selfie* produce e impone condiciones de autoexplotación neoliberal del sujeto contemporáneo.

Palabras clave: psicoanálisis, identificación, imagen, selfie, sujeto

Abstract

This article proposes a reflection upon the phenomenon of the *selfie*, through the concepts of subject, I, identity, identification, image and imago provided in the text on the stage mirror by Jacques Lacan. It establishes critiques to the approaches from communication studies that think of *selfie* as an expression of the identity of the individual. A psychoanalytic reading does not allow the assumption of an identity which is not already traversed by otherness, which results in a way to understand the *selfie* against the common presumption of an I in control of its own image, and it lets us highlight the ways *selfie* produces and imposes conditions of neoliberal self-exploitation of the contemporary subject.

Keywords: psychoanalysis, identification, image, selfie, subject

1. Introducción

Las posibilidades que tiene el psicoanálisis para ofrecer una lectura de los rasgos sintomáticos de la sociedad contemporánea sólo pueden sostenerse desde la especificidad del campo. Hacia los años 60 y 70, se volvió popular en las humanidades, las ciencias sociales y los estudios culturales lo que se conocía como “psicoanálisis aplicado”, que en realidad sólo era usar el psicoanálisis como un saber referencial para ‘aplicarlo’ en fenómenos sociales (desde el arte y la publicidad hasta las relaciones humanas). El psicoanálisis aplicado demostró una gran popularidad, pese a la pobreza de sus aportes al propio psicoanálisis, con el que incluso se encontraba en cierta confusión conceptual y teórica (común es verificar, por ejemplo, en los estudios de cine, es común toparse con confusiones conceptuales cuando se intentan ‘aplicar’ conceptos psicoanalíticos al ‘análisis’ de películas).

Uno de los conceptos que en los campos de las ciencias sociales y humanidades parece que no pasará de sostener una intensa, encontrada y compleja discusión es el de *identidad*, y más específicamente en los términos en los que este debate suele sostenerse hoy, la *identidad del individuo*. Desde la antropología hasta la sociología, desde los estudios culturales a los estudios de género, desde el campo de la comunicación hasta el de la psicología cognitiva neurocientífica, la identidad del individuo es algo que se discute con enorme frecuencia desde hace más de un siglo. Sería injusto tratar de cernir las coordenadas del debate: tan sólo hacer un recuento de lo más superficial sobre cómo se ha discutido esta idea merecería una monografía entera. Esto hace que pretender hacer un ‘estado del arte’ de un concepto tan problemático y diverso sea una tarea imposible para los intereses de un artículo académico, y más especialmente, de uno que tiene la intención de mostrar una posición muy específica del debate, toda vez que mi interés no es exponer ni discutir cómo se ha entendido la identidad en *otros* campos disciplinarios, sino qué ofrece *uno* de ellos al debate.

Dicho esto, resulta evidente que no es invento psicoanalítico la noción de identidad: existía antes de la discursividad inaugurada por Sigmund Freud, y se ha discutido de modos sumamente disímiles en otros campos. No obstante, sí podríamos ser más precisos y señalar que para el psicoanálisis, y de manera más explícita, para el psicoanálisis lacaniano, la propia noción de una identidad del individuo no es más que una ilusión, un engaño por el que el sujeto sostiene una relación narcisista con su propia *imago*: creemos que tenemos una identidad porque eso es lo que nos permite sostener la ilusión de totalidad que garantiza nuestro acceso a la realidad y a las relaciones con los otros. Esta propuesta, pretendo sostener, va a contrasentido de aproximaciones superficiales y algo cortas de alcances que nos topamos en las discursividades de investigación contemporáneas, como los ejemplos que se presentarán más adelante lo dejarán ver.

El texto psicoanalítico que se dedicó a comprender la función que tiene la *imago* en la constitución de la subjetividad es el que podríamos considerar la inauguración de la enseñanza de quien es, quizá, el más importante psicoanalista después del propio Freud: se trata del francés Jacques Lacan, y su escrito de 1966, *El estadio del espejo como formador de la función del yo [je] tal como se nos revela en la experiencia psicoanalítica* (Lacan, 2009a). Este texto será la clave para una lectura crítica del fenómeno de la *selfie*, especialmente, una lectura crítica de las maneras en las que se suele aproximarse a este fenómeno, bajo la suposición de que el individuo ‘se expresa’ a través de las fotografías que se toma.

Mientras que las aproximaciones, que considero simplistas, toman a la *selfie* como una instancia de celebración de la identidad, la postura psicoanalítica sobre las identificaciones del sujeto verifica en la *selfie* instancias de reproducción de las imposiciones del otro sobre el sujeto. Lejos de ser una manifestación de libertad, las *selfies* son una verificación de la sujeción al otro.

El estadio del espejo lacaniano: un sujeto contra el Yo

El estadio del espejo como formador de la función del yo [je] tal como se nos revela en la experiencia psicoanalítica es el título con el que se conoce a un texto que Lacan estuvo trabajando desde mediados de los años 40 del siglo pasado, y al que se le dio su forma acabada con la publicación de sus *Escritos* en el año 1966. Es un texto corto en extensión y ampliamente discutido, in-

cluso fuera del psicoanálisis. Me gustaría detenerme sólo en dos puntos para los propósitos de este trabajo: 1) la función de la *imago* como condensación de la identificación del sujeto, y 2) una de las consecuencias, mencionada por Lacan, que esta función tiene para la subjetividad humana.

Entonces, ¿qué es el estadio del espejo? Veamos la definición que nos da Lacan a los pocos párrafos de haber iniciado su escrito:

Basta para ello comprender el estadio del espejo como una *identificación* en el sentido pleno que el análisis da a este término: a saber, la transformación producida en el sujeto cuando asume una imagen, cuya predestinación a este efecto de fase está suficientemente indicada por el uso, en la teoría, del término antiguo *imago* (Lacan, 2009a, p. 100).

Para ir comprendiendo esta definición, podemos partir de la siguiente formulación a modo de brújula: *la identificación es el proceso por el que el Yo asume una imagen como una identidad propia, de modo que recibe del otro su propia identidad.*

¿Qué es lo que sucede? Lacan llegó a esta formulación a partir del interés, en su época, por la psicología gestaltista y la etología comparada: el infante humano tiene un momento, entre los 6 y 18 meses de edad, donde parece reconocer su propia imagen en el espejo, es decir, donde reconoce que *eso que aparece en otro lado*, en el espejo, es *sí mismo*. El infante tiene ante sí una imagen especular que es “asumida jubilosamente” (Lacan, 2009a, p. 100).

Hasta aquí parecería que estamos en una psicología del desarrollo, en tanto fases naturales ya predisuestas en el cuerpo humano, de modo que el estadio del espejo sería un punto pivote *natural* entre dos estados diferenciados. No obstante, hay algo clave aquí que nos saca de una lógica biologicista: esa imagen con la que el infante se identifica se encuentra en *otro* lado, en el espejo, o le es dada por el otro, cuando le habla, le mira, le toca y se relaciona consigo.

Notamos, entonces, que hay varios elementos que participan en este proceso identificatorio: el otro, que es lo que *le ofrece* al sujeto una imagen, y el sujeto, que se constituye como tal al *asumir* esa imagen. Para Lacan, lo clave aquí es que el sujeto se identifica a sí mismo con lo que el otro le ofrece, de modo que *todo intento del sujeto por formular su propia identidad sólo puede hacerse atravesando al otro.*

El infante reconoce en una imagen *que le es dada desde fuera*, aquello que es. Esta primera imagen es lo que Lacan llama *moi-ideal*, “*yo-ideal*”: es el famoso Yo imaginario lacaniano. Es el Yo que corresponde a lo que captan nuestros sentidos, es el Yo que funciona a través de una correspondencia entre el cuerpo y la interioridad, es el Yo que responde a la consciencia de sí. Ese Yo, para Lacan, recibe el nombre de *imago*.

Freud había hablado, tangencialmente, de la *imago* en algunos textos. Lo que resulta novedoso en *El estadio del espejo* es que Lacan le otorga una función preponderante y muy definida. *La imago es el resultado, en el Yo, de haber asumido como propia una imagen dada desde la exterioridad*: cuando el Yo asume una imagen, se transforma, se produce un corte en él, dejando un estado previo y uno posterior a la identificación. El estadio del espejo es el momento de esa primera transformación, y que constituye entonces el nacimiento del propio sujeto: previa a esta primera identificación no se tiene un sujeto, toda vez que no hay una transformación de, sino una *constitución hacia*. Es decir, la primera transformación, dada en el infante que asume como propia una imagen, no es el paso de ‘sujeto X’ a ‘sujeto Y’, sino *la creación de un sujeto donde antes no había nada más que un organismo biológico*. Distinguimos entonces al organismo biológico (del que nos explica su funcionamiento la anatomía) del *sujeto* que se asume como el que habita en ese organismo.

Pero hay una trampa aquí. Esta exterioridad, nos advierte Lacan (2009a, p. 100), “es más constituyente que constituida”: hay un precio que paga el Yo por constituirse a través de la imagen. Cuando el sujeto asume esa imagen como la propia, no simplemente se ve como *ya* constituido en ella, no simplemente verifica, a través de la imagen, lo que *ya* es; sino que, a su vez, el sujeto se constituye *en* la imagen. *Constitución del sujeto*, en lacaniano, se lee entonces en esas dos vías: como algo que *constituye al sujeto* y como algo *en lo que el sujeto se constituye*. Estas dos vías aparecen sincrónicamente: no está el sujeto ya constituido y entonces se verifica en la imagen, ni la imagen por sí sola constituye al sujeto como si éste fuera un bloque pasivo de arcilla.

La imagen tiene una función constituyente y, a su vez, está ella misma ya constituida. Por ello es que el otro tiene una función preponderante: *el otro le otorga al sujeto una imagen que el sujeto asume*.

Por esta función constitutiva del otro para el sujeto es que el psicoanálisis es muy escéptico de la idea de identidad. Mientras que algunas maneras de entender la identidad suponen el sujeto se ‘apropia’, ‘resignifica’ o ‘construye’ su identidad, es decir, mientras que en algunas discursividades la identidad es entendida como algo que *emana* del sujeto, o que el sujeto *tiene* una identidad que expone o que reconstruye, para el psicoanálisis, no existe identidad alguna en sí misma, sino un continuo proceso de *identificaciones* que proveen un lugar de alienación del sujeto: la identificación psicoanalítica es un proceso de constitución *a partir del otro*.

Entonces, *el sujeto es el resultado de la alienación en sus identificaciones, no el agente de su propia identidad*, el sujeto es el asumir una identidad dada por el otro como si fuera una propia. El Yo es el engaño de la identidad propia, la desmentida de que mi identidad es, en realidad, una identificación con el otro.

Tenemos entonces al sujeto que *se constituye* en la *imago*, misma que tiene la *función de ofrecer una especie de unión*: entre la interioridad del cuerpo y la imagen exterior de este cuerpo. Mientras que la imagen es la suma de características visibles que son reflejadas en el espejo, o la suma de datos cuantitativos que describen lo que somos o hacemos, la *imago* es el resultado de *asumir* que esas características y esos datos *son yo*: la *imago* surge porque hay una toma de posición respecto a lo que se asume que se es o no se es. La imagen existe al margen de la decisión del sujeto, la *imago* es la decisión (inconsciente o consciente) del sujeto que asume una imagen como propia. Mientras que la imagen es simplemente exterioridad (digamos, lo que el espejo refleja), la *imago* es el efecto resultante de esa unión entre la imagen y la interioridad del cuerpo (la manera en la que el sujeto se implica en aquello que el espejo refleja).

Para Lacan, la *imago* es tan poderosa para la constitución del sujeto que se convierte en el “umbral del mundo visible” (Lacan, 2009a, p. 101), como algo que tiene la función primordial de “establecer una relación del organismo con su realidad” (p. 102). En otras palabras, el Yo se relaciona con los objetos de la realidad a través de la *imago* por él ya asumida. La *imago* es el pasaporte del sujeto al mundo de la realidad: gracias a esta función de pegamento de la *imago*, el sujeto *obtiene* un cuerpo que le ofrece cierto sostén para relacionarse con los otros.

Así, lo que el estadio del espejo introduce es una división entre el Yo y el sujeto: el Yo está del lado del individuo de la consciencia y la voluntad, del lado de la *imago* que ofrece una ilusión de completitud, de supuesta transparencia entre sí y su propio cuerpo, mientras que el sujeto está del lado de las identificaciones inconscientes contra las que se erige la *imago*, del lado de una relación problemática con su propio cuerpo y su propia consciencia.

Si, como nos dijo Lacan un poco atrás, el estadio del espejo es el momento de la primera “transformación producida en el sujeto cuando asume una imagen”, y si podemos llamar a esta transformación como *identificación*, entonces hallamos el precio que se paga por obtener esta identificación: la existencia del sujeto en tanto una función, que provoca que el Yo viva una perpetua “discordancia con respecto a su propia realidad” (2009a, p. 100).

El sujeto es algo excesivo al individuo que habla, y a la vez es menos que el individuo que habla. Lejos esto de constituir una ‘deformación’ o un ‘problema’ del Yo, es constitutivo de sí: para el psicoanálisis, la naturaleza del Yo es de una escisión constitutiva que le inhabilita a adquirir completitud propia, que le obliga a siempre estar alienado de sí.

Bajo esta idea, Lacan (2009a, p. 104) enuncia tres vectores sobre los que se construye la subjetividad humana: 1) es mediada por *el deseo del otro*, 2) muta *la rivalidad con el prójimo* a los objetos, y 3) coloca *al sujeto en una posición alienada* de lo que pudiéramos considerar sus instintos como animal. En otras palabras, la gran conclusión del estadio del espejo es que esta escisión entre el Yo y el cuerpo de la que nace el sujeto nos demuestra que la subjetividad humana no puede no atravesar al otro, logra domeñar una agresividad hacia el otro dirigiéndola ahora hacia los objetos, y nos coloca, a causa de la existencia del sujeto, en un lugar que no corresponde a la psicología propia del animal. La segunda de estas consecuencias es sobre las que construiremos una lectura crítica del fenómeno de la *selfie*.

La fascinación por la fragmentación: el amorodio al otro

La segunda consecuencia del estadio del espejo es la agresividad contra el otro como una dimensión constitutiva de la propia subjetividad fragmentada: dirijo contra los objetos, incluido el propio cuerpo, la agresividad que deseo dirigir contra el otro. ¿Qué tipo de subjetividad resulta en un sujeto que carga con una escisión constitutiva entre su cuerpo y el Yo?

Ya desde 1905 reconocía Freud (*Tres ensayos de teoría sexual*, 1976a, p. 166) la satisfacción excesiva que algunas zonas del cuerpo recibían a causa de su propio funcionamiento biológico: los llamó zonas erógenas, lugares en el cuerpo (los agujeros especialmente) que parecen buscar un placer repetitivo de manera ajena e insensible a la voluntad del Yo. El sujeto, nos indica Lacan en *El estadio del espejo* (2009a, p. 102-103), se ve atrapado entre sus propios órganos que buscan placer ajeno a su interés, y una *imago* artificial y alienante, una identidad ortopédica, que pretende otorgarle un sentido de unidad.

Esto introduce cierto desorden en el cuerpo humano, causado por la erogenización de sus partes, en la que cada una tiene vida casi propia: esta parte del cuerpo es menos que el cuerpo completo, pero también es excesiva al cuerpo y lo termina totalizando.

Esa fragmentación del cuerpo, y más precisamente, la fascinación que parece producir en cómo nos relacionamos con las imágenes construidas a partir de esa fragmentación, es algo que Lacan ubicaba como esencial en la relación entre la subjetividad propia y la agresividad hacia el otro. Más allá de la mención de la obra del Bosco como un lugar especial para verificar esto (Lacan, 2009a, p. 103), podemos pensar hoy en muchos otros ejemplos de esta fascinación ominosa con la fragmentación corporal: desde las imágenes *snuff*, la pornografía *hardcore*, los videos de accidentes de *skaters*, las imágenes de bebés nacidos con deformaciones hasta lo que hacen circular grupos terroristas, desde el Estado Islámico hasta Los Zetas. La imagen de una cabeza sangrando, de una mano separada del cuerpo o de unos genitales siendo mutilados constituyen no sólo imágenes que muestran tal o cual cosa, sino también *imagos*, más concretamente, *imagos del cuerpo fragmentado*, que “representan los vectores electivos de las intenciones agresivas, a las que proveen de una eficacia que podemos llamar mágica” (Lacan, 2009b, p. 110).

¿Por qué nos repugnan y a la vez nos atraen estas imágenes con “una eficacia que podemos llamar mágica”? A pesar de mostrar una parte específica del cuerpo, estas imágenes cargan una hiperlibidinización que mancha toda la imagen, como si esa parte del cuerpo tuviera una vida que corre de manera paralela a la del resto del organismo.

En el caso de la pornografía esto es muy evidente: con frecuencia asumimos que no es sino hasta que se muestran los genitales y la penetración de manera explícita que una película deja de ser altamente erótica y pasa a ser pornografía. Así parece indicarse incluso en términos legales. Tal es la obsesión de la pornografía por la hiperlibidinización de los genitales que incluso existen videos que muestran la eyaculación de un pene desde el interior de un juguete sexual.

En el caso de las imágenes *snuff*, donde se muestran cuerpos torturados, mutilados, desmembrados, se ofrece una vía de escape de cierta intención agresiva del sujeto que, a causa de la cultura, no puede canalizar abiertamente: ¿acaso no hay una representación más obvia de esta idea que las fotos de Abu Ghraib, *protoselfies* donde soldados de E.U.A. se burlan de las torturas a las que someten a sus prisioneros políticos mientras sonríen ante cámara? Debe de resultarnos evidente que lo particularmente tenebroso de estas imágenes no son los actos que se presentan, sino que, precisamente, *son imágenes*: como indica Naief Yehya (2013, p. 218), de torturas y burlas similares o peores se han tenido registro en otros conflictos bélicos, pero la cualidad específica de las fotos de Abu Ghraib era su cualidad pornográfica, es decir, el hecho de que su *materialidad como imágenes digitales* producía en el público una repugnancia abierta (la versión oficial del ejército de E.U.A. es que sólo eran ‘unos malos elementos’) *y también* una fascinación oculta (pues suponían imágenes que en los medios tradicionales sólo eran aludidas o duramente censuradas, mientras que circulaban en páginas web de pornografía violenta).

Similar sentido de lo *snuff* son montajes museísticos en centros de conmemoración, como en el memorial de los ataques del 11 de septiembre de 2001 en Nueva York o las instalaciones del campo de concentración en Auschwitz. En este último se encuentran una especie de tanques llenos de objetos que le pertenecían a los prisioneros políticos que acababan ahí: se tienen así tanques llenos

de maletas, latas de comida, zapatos y juguetes, entre otros. Uno que particularmente destaca es el que está lleno de cabello humano. La lectura superficial indica que estas instalaciones son para ‘concientizar’ sobre las dimensiones de la tragedia del Holocausto, y si bien esto es cierto, también hay que notar el poder de fascinación que ejercen estos tanques de fragmentación corporal: tal pareciera que ese cabello de los muertos tiene vida propia, y que el poder de impactar subjetivamente en los visitantes del museo se debe a una condición de hiperlibidinización. Es decir, la conclusión que se impone es que esa ‘concientización’ sólo se consigue con una espectacularización libidinosa, con una especie de goce inconsciente de ese fragmento del cuerpo.

Esta espectacularización de la muerte es de la que se quejaba Benjamin Netanyahu, a quien le molestaba que los medios den a conocer imágenes de palestinos muertos en los ataques de Israel contra la Franja de Gaza en 2014, pues los mostraban “telegénicamente muertos”¹: lo que tanto le molestaba es que su campaña de violenta ocupación contra la población civil gazatí se viera como lo que es, o peor, se vea demasiado ‘bien’².

Esta agresividad no le resulta extraña al psicoanálisis, por el contrario, parece ser condición *sine qua non* de la subjetividad humana. Los antecedentes de esa idea se remontan al *Proyecto de psicología* de Freud, texto de 1895, que ubicaba al prójimo (*Nebenmensch*) como un objeto que, además de ser similar al Yo, “es simultáneamente el primer objeto satisfacción y el primer objeto hostil, así como el único poder auxiliador” (Freud, 1976b, p. 375). El prójimo es el primer objeto de satisfacción pues me calma el hambre, me da calor para dormir, me limpia de mis desechos corporales; pero también es un objeto hostil pues no siempre me da lo que le pido, ya sea negándome algo o dándome algo que no quiero, cuando no directamente atacándome. El infante va percatándose de que el otro no siempre tiene la respuesta, que me niega aquello que quiero y, por ello, me es hostil. Se ha conformado una agresividad contra el otro, sobre la que el humano aprende a discernir entre el Yo y el otro, a conformar una *imago* de sí y del otro.

Debido a que contenemos mucha más agresividad contra los otros de la que expresamos, necesitamos un proceso de abreacción de esa excesiva agresividad, de canalizarla hacia alguna actividad, y lo hacemos, entre otros modos, en la satisfacción escópica y auditiva de este tipo de materiales violentos, de verlos y escucharlos. Esas imágenes funcionan para ayudar a satisfacer esa una inclinación a la agresión, misma que se exhibe desde la infancia y encuentra un correlato en juegos infantiles: romper una muñeca, lanzar objetos desde una altura, la obsesión con el fuego y otros actos que los infantes manifiestan constantemente y que incluso se cuelan en sus cuentos, donde los propios niños son encarcelados o devorados por brujas o monstruos. Existe una curiosa fascinación en lo infantil por aquellos actos sádicos que continuamos como adultos, cuando le hacemos bromas pesadas y humillantes a nuestros más cercanos amigos, bromas que no haríamos a quienes apenas empezamos a conocer o a quienes no consideramos alguien cercano, pues ¿no acaso un modo de notar la cercanía y confianza que sentimos hacia alguien está en el hecho de que abiertamente nos hagamos burlas mutuas, que tramitemos algo de nuestra agresividad entre nosotros para así continuar la relación que tenemos?

Lacan (2009b, p. 107) trae la importante conclusión de que esta ambivalencia del otro, el hecho de que el otro “es simultáneamente el primer objeto de satisfacción y el primer objeto hostil”, indica que *la agresividad está en el corazón mismo del nacimiento de la subjetividad*. La civilización emerge como un intento de domeñar aquella agresividad. La cultura y la civilización humana, sabemos desde Freud, tiene la función de intentar sofocar “esta inclinación agresiva que podemos registrar en nosotros mismos y con derecho presuponemos en los demás” (Freud, 1976c, p. 109).

1 Ver el contexto de la conferencia de prensa aquí: <https://www.timesofisrael.com/netanyahu-hamas-wants-telegenically-dead-palestinians/>

2 Pareciera chiste de mal gusto, pero resulta sumamente importante señalar cómo estas quejas de Netanyahu tienen muy ominosos ecos con el nazismo: Goebbels se quejaba en un texto de 1946 que los judíos siempre mandaban a los que más pena daban. Ver el texto que compara las declaraciones de Goebbels y Netanyahu aquí: <https://www.aljazeera.com/opinions/2014/8/14/the-telegenically-dead>.

Esta agresividad fundamental en la subjetividad humana es lo que no le permite al psicoanálisis decantarse tan fácilmente por creer que el diálogo es un puente digno hacia la civilización: más bien, el diálogo es un intento, con frecuencia más fallido que exitoso, de controlar esa agresividad que el Yo siente hacia el otro. La agresividad no es sólo el estado actual de la civilización, sino también su fundamento y, por lo tanto, juega un rol esencial en el nacimiento de la subjetividad.

La conformación del Yo, entonces, no puede no atravesar una función ambivalente, de satisfacción y hostilidad, del otro. Esta puesta del *Yo en relación al otro* supone la “dialéctica de las identificaciones” (Lacan, 2009a, p. 117): a través del cuerpo del otro, de su rostro, de las partes de su cuerpo (los pechos, las manos) y los objetos que le representan (su ropa, el biberón, el perfume), el infante va configurando el reconocimiento de su propio cuerpo como *una otredad para el otro*, es decir, se percata de que, así como el Yo toma al otro como objeto, así el otro toma al Yo como objeto. Esto es lo que imposibilita que el Yo sea algo que exista ajeno al otro: como hemos visto numerosas veces con niños pequeños que se caen, estos no se ponen a llorar hasta que un adulto reconoce su caída, de modo que, si se caen y son ignorados, podrían no llorar. En una ocasión escuché a alguien contar la anécdota de que se cayó de niño en la calle, y se regresó caminando hasta su casa, y no fue hasta ver la preocupación de su familia al verle la cara llena de sangre, que empezó a sentir el dolor de la caída. ¿Cómo no entender este llanto sino como un llamado a que el otro, antes de curarme el dolor de la caída, primero reconozca mi propio dolor? ¿Cómo no percatarse de que el dolor del cuerpo propio parece necesitar, el menos en ocasiones, atravesar la expresión del otro, de modo que sólo siento el dolor *en mi cuerpo* hasta que lo puedo sentir a *través del otro*?

La selfie como imagen y distribución

Un lugar muy preciso donde podemos reconocer la construcción imaginaria del Yo como un continuo y constante llamado al reconocimiento del otro lo hallamos en el mundo de las redes sociales digitales, y en ellas, quizá ninguna manifestación evidencie de modo más claro la fragmentación del cuerpo y la constitución de la imagen para el otro como la *selfie*.

En su discusión respecto a la *selfie*, Naief Yehya (2013), las define como “una foto en la que la persona aparece retratándose a sí misma frente a un espejo o extendiendo el brazo para apuntarse con la cámara digital o con las omnipresentes cámaras de los teléfonos celulares” (p.282). En esta definición hallamos dos puntos que distinguen a la *selfie* de un retrato o autorretrato.

A diferencia de un retrato, que puede ser encargado por otra persona que hace de fotógrafa, 1) la *selfie* debe de ser tomada por la persona que en ella aparece; y a diferencia de un autorretrato, 2) en la *selfie* es una condición esencial que se verifique en la imagen al sujeto participando de la creación misma de la *selfie*, es decir, que en la *selfie* se muestre cómo la *selfie* está siendo tomada por la misma persona retratada (el famoso brazo extendido más allá del marco de la imagen, el *selfie-stick* que tiene precisamente ese propósito como una extensión del cuerpo, o el simple tomarse la *selfie* frente a un espejo, de modo que se vea el celular). Estas dos condiciones, sutiles y en apariencia nimias, son importantes para considerar cierta función que tienen las *selfies* hoy: se trata entonces de una *imagen* en la que el Yo *se* presenta y *muestra* las condiciones que procuran esta presentación.

Sin embargo, hay algo que le hizo falta a la definición de Yehya, y que posteriores estudios sobre *selfies* indican con claridad: la *selfie* no es simplemente la imagen en sí o las condiciones y dinámicas con las que se hizo, sino que, casi de manera obvia e inherente, es *el proceso específico de su distribución en redes sociales digitales*. En otras palabras: la *selfie* no es tal si no es distribuida en redes sociales digitales.

Si la imagen que uno tiene de sí, y más aún, la imagen que uno crea de sí, no tiene sino un fin de identificación para el otro, la *selfie* no es solamente una exhibición del Yo (la *selfie* como imagen) sino, especialmente, *una exhibición del Yo ante el otro* (la *selfie* como distribución). Por ello es que el fenómeno de la *selfie* es incomprensible fuera del ecosistema mediático digital que la popularizó: la *selfie* existe por su capacidad de instantaneidad en su producción (la imagen en el teléfono celular) y circulación (en las redes a las que esta imagen se sube).

La *selfie* como supuesta representación celebratoria

La *selfie* supone un lugar muy particular donde se evidencia la presentación del Yo en búsqueda de reconocimiento del otro. Así como un niño se pone a llorar tras una caída sólo cuando ve que alguien le ha visto caer, así una *selfie* sólo tiene sentido de circular cuando ha sido sancionada por el otro. En varias ocasiones he escuchado de personas que han borrado una *selfie* de su cuenta de Instagram porque recibió pocas reacciones o porque recibió reacciones burlonas, inesperadas o contrarias a las que se quería recibir. Además, esta presentación ante el otro en sí misma ya es un acto, de modo que no importa lo que se muestre, sino el hecho mismo de que *algo se está mostrando*: una caminata banal y diariamente repetida por una calle en camino al supermercado, o una reunión dominical familiar cualquiera, son “situaciones cotidianas que la *selfie* construye como eventos” (Murolo, 2015, p. 696).

Norberto Murolo distingue entre la función de las fotografías tomadas como un recuerdo del pasado de la función de las *selfies* como una celebración del presente. Las primeras son las fotos de momentos memorables, como una boda, un cumpleaños, una graduación, etc.; son fotografías que, cuando las tomamos, lo hacemos sabiendo que serán vistas en el futuro para recordar el pasado. Las *selfies*, por el contrario, no suelen ser de momentos tan memorables, de hecho, la mayoría refiere a esos momentos banales que se vuelven noticiables por el simple hecho de haber sido capturados en una *selfie*. Esta idea, sin duda muy interesante, resulta mal aprovechada, pues a partir de esta intuición, Murolo termina apostando porque la *selfie* responde a una “necesidad” del sujeto “por representarse”:

“¿Por qué tomamos *selfies*?” sería una pregunta por la comunicación. Para representarnos. El sujeto tanto natural como social tiene una necesidad por representarse. Esta necesidad tiene que ver con la experimentación de los propios miedos, con celebrarnos, con controlar el máximo posible la imagen que los demás ven de nosotros. Representarnos es volvernos a presentar dentro de parámetros de construcción comunicacional que controlan de algún modo nuestra incertidumbre (Murolo, 2015, p. 696).

Nunca queda claro en su texto qué es un sujeto “natural” frente a uno “social”, ni por qué la “necesidad” de “representarse” tiene que atravesar por la *selfie*. Tal pareciera que la *selfie* es un modo ‘obvio’ o ‘normal’ de “representarse”, como si la *selfie* no respondiera a ciertas prácticas tecnológicas que producen cierto tipo de subjetivida³, o como si esa “necesidad” partiera de una interioridad no atravesada por una otredad que la sanciona. Como si esa ‘celebración’ no funcionara bajo las condiciones de celebración propias de la sociedad del espectáculo: de reducir todo intento de celebración a una lógica de reproducción del capital.

Contra esta idea de una “necesidad por representarse” debemos apostar porque la *selfie* es el resultado de cómo el otro ya ha producido una idea de lo que somos y que exponemos en la propia *selfie*. Tal pareciera que Murolo empieza a aproximarse a este punto al señalar que la representación se da “dentro de parámetros de construcción comunicacional”, pero no va a las últimas consecuencias de esta idea, pues si bien reconoce que esta representación se da para que sea vista por el otro, en el marco de ciertos parámetros impuestos por el otro (“belleza codificada” le llama él), sigue considerando que *tenemos* una imagen *propia* que *luego* es “codificada” para esos parámetros; mientras que el punto que el psicoanálisis nos permite reconocer es que ni siquiera esa imagen ‘propia’ es realmente propia, del mismo modo que el cuerpo en el que habitamos no tiene una relación transparente con nuestro Yo: esa imagen propia no nace de una subjetividad ajena al otro, sino que ya es resultado de la subjetividad otorgada por el atravesamiento del otro.

3 Es decir, la postura de que la tecnología es el resultado de ciertas subjetividades queda muy corta, pues debemos reconocer que, además, *la tecnología es la productora de ciertas subjetividades*. En su texto sobre la *selfie*, Ayerbe y Cuenca (2019, p. 4) llegan a este tipo de conclusiones: “La avalancha de *selfies* no se explica, entonces, por un mero deseo atávico de retratarse a uno mismo que la tecnología hubiera hecho súbita y fácilmente realizable. Parece imprescindible detenerse a analizar el contexto de uso de las cámaras de *smartphone*, que se transformó sustancialmente a partir del surgimiento y expansión de las redes sociales *online*”.

Nuestra experiencia cotidiana nos demuestra lo problemático de asumir que tenemos o podemos tener una relación transparente con nuestro propio cuerpo. Sin embargo, esto no evita que Murolo asuma a la *selfie*, en tanto creación del individuo, como una especie de representante o correspondiente del rostro de cada quien:

De allí que en la *selfi* nos re-conozcamos, nos gustemos o no, en el rostro con el que nos acostumbramos a pensarnos a nosotros mismos y sobre el que implementamos mecanismos de embellecimiento día a día antes de salir de casa (Murolo, 2019, p. 118).

Asume muy pronto que la *selfie* tiene como fundamento el reconocimiento del propio rostro, sin percatarse de que este reconocimiento, a su vez, se fundamenta en la sanción que el otro ya le ha dado a nuestro rostro: no me refiero solamente a lo que los otros han dicho de nuestro rostro, sino al hecho más fundamental de que, precisamente, vía el espejo reconozco *ése* rostro como el *mío*, que distingo *mi* rostro del rostro del *otro*.

La *selfie* como supuesto agenciamiento de mi imagen

La idea de que la *selfie* representa mi ‘propio’ rostro, y de que con ella expongo y creo mi ‘propia’ identidad, es lo que invita a Murolo a asumir también que la *selfie* nos permite entrever que es “desde el agenciamiento y creatividad de los sujetos sociales donde se producen las narrativas de uno mismo que se traducen en formatos y géneros mediáticos para expresarnos como sujetos históricos” (Murolo, 2019, p. 119). Mientras que Murolo se encuentra del lado de quienes asumen que el uso de la *selfie* es una expresión de creatividad que evidencia la voluntariedad e intencionalidad del ‘sujeto social’, más bien ahí es donde debemos percatarnos que de lo que uno se ‘agencia’ es precisamente del modo en que el otro *ya* me ha sancionado y calificado. Este agenciamiento no proviene de mi simple deseo, sino de un deseo que está ya en dialéctica con el deseo del otro.

Esta idea de ‘agenciamiento’ la topamos con frecuencia cuando se habla de cómo individuos que han sido discriminados en el espacio público utilizan estas herramientas digitales. Por ejemplo, resulta demasiado discutible la idea, al punto que me parece excesivamente superficial, de que porque una persona transexual usa Facebook y se toma *selfies* entonces esto ya hace a sus *selfies* una práctica de ‘mayor libertad’ o pseudo-subversión, sin dar cuenta de por qué *esas selfies* son prueba de libertad o subversión alguna. Así es como se describe el acto por parte de Ana Gutiérrez Martínez (2020, p. 87), cuando habla de cómo una persona transexual y sus amigas suben *selfies* en sus redes sociales como “testimonio de la libertad que se han tomado de habitar el mundo como personas trans femeninas”. La autora cuestiona que la *selfie* sea simplemente una expresión “narcisista y superficial”, pero no explica por qué una persona transexual no puede también ser narcisista y superficial, ni qué dimensiones específicas de la *selfie* de la persona transexual la apartan de otras imágenes que sí son “narcisistas y superficiales”.

El problema de creer que la *selfie* es una espontánea presentación de mí es que se oculta ahí la sobredeterminación de las condiciones que el otro ya ha dispuesto para que asuma que algo es *sobre* mí. El problema de los discursos sobre la ‘apropiación’ de herramientas digitales es que implícitamente asumen que uno entiende lo que hace cuando las usa, incluso cuando las usa de modos ‘novedosos’, o que uno está ‘alfabetizado’ respecto a la imagen: Murolo (2019, p. 120) cae en este error, de creer que porque uno usa con frecuencia una herramienta entonces uno ha ‘aprendido’ y es ‘competente’ para su consumo y producción, como si las lógicas de creación y circulación de imágenes digitales sean tan simples o claramente ejecutables como batir huevos o martillar clavos. ¿Qué tipo de idea tenemos sobre “aprendizaje” y “competencia” si asumimos que porque alguien sabe poner filtros en sus fotos de Instagram entonces ya está ‘alfabetizado’ sobre la imagen digital?

El engaño del agenciamiento de la *selfie*

Evidencia de que la *selfie* no es una expresión de libertad o de identidad personal es que su propia materialidad digital carga con las condiciones de posibilidad para ser una amenaza cons-

tante en contra del sujeto que la crea. El fenómeno de la pornovenganza funciona precisamente así: mientras que una lectura ve a la *selfie* como una expresión de ‘celebración’ del cuerpo propio, la pornovenganza es una expresión de castigo al cuerpo del otro.

En la pornovenganza, una persona usa las fotos o videos que recibió de otra cuando se estaba en algún tipo de relación (desde coqueteo o sexting hasta una relación romántica comprometida) para venderlas o simplemente publicarlas buscando causar vergüenza. Supone entonces la circulación de material pornográfico cuyo protagonista no aceptó voluntariamente, y en muchos casos ni se le advirtió o amenazó de antemano.

Sería algo simplista reducir la complejidad del tema con decir que la pornovenganza es simplemente un acto inmoral y violentador ajeno a la naturaleza de la *selfie*, es decir, asumir que el problema no es la *selfie* sino el que la reenvía sin consentimiento. Claro que hay una dimensión muy cierta en esto, en términos de considerar la pornovenganza como un crimen imputable, pero no es la discusión que establecemos aquí, donde nos interesa percatarnos de la problemática de la materialidad y condiciones de producción de la *imago* del sujeto. No se trata de un debate jurídico, sino un debate sobre el lugar que el sujeto tiene para ‘agenciarse’ de sus propias imágenes.

Las condiciones de producción de la *selfie* evidencian que la puesta en circulación de nuestra propia imagen es algo incontrolable, de hecho, es considerado algo inherente a la naturaleza de la propia *selfie*: en una ocasión me tocó escuchar el caso de alguien que temía perder su teléfono por las fotos pornográficas que ha mandado y le han mandado. El tema de la pornovenganza debe enriquecerse con ubicar de qué modos la imagen digital, al ser creada por el sujeto, da un falso sentimiento de ‘agenciamiento’ sobre la misma: la idea de que ésa es *mi* imagen, tanto como propiedad como por lo que en ella se muestra, es justo la trampa del Yo de la *imago*. La circulación digital de la *selfie* en un fenómeno que puede ser tan violento como la pornovenganza es el extremo más humillante al que llega la cualidad de *no* control que hay sobre las imágenes, incluidas las que son ‘nuestras’, y que en momentos mucho menos extremos y violentos las notamos en el hecho de que el otro no reciba nuestra foto como quisiéramos (no sea tan aplaudida con sus *likes* como quisiéramos), o posea nuestra imagen sin nuestro consentimiento (nos tome fotos sin que lo sepamos). Hay algo sobre nuestras imágenes que hace que, en cuanto las creamos, dejamos de tener una agencia total sobre ellas.

Otros dos autores, Ayerbe y Cuenca (2019) se encuentran más cerca de reconocer cómo la *selfie* no supone un reforzamiento del Yo que en ella se exhibe, sino una exhibición de su escisión, de su descentramiento, de que el Yo es impotente ante sus propias imágenes:

[...] la identidad del retratado en el *selfie* nunca está centrada en sí misma ni dada de antemano, sino siempre inclinada a los otros y sujeta a la respuesta afectiva de los demás usuarios de las redes sociales. El *selfie*, en definitiva, no se limita a exponer rasgos de una identidad preexistente (aunque aparenta hacer justo eso), sino que busca (auto-)definir a su autor en el marco de una «economía gestual de los afectos» (Ayerbe y Cuenca, 2019, p. 5).

Si la *selfie* no supone la exposición de una identidad ya previa, sino que está “siempre inclinada a los otros y sujeta a la respuesta afectiva de los demás”, entonces notamos que las lecturas que ven en la *selfie* algo ‘celebratorio’, de ‘agenciamiento’, ‘autorepresentación’, ‘creatividad’ o ‘testimonio de libertad’ no llegan a las últimas consecuencias: la *selfie* no es una muestra de lo que ‘ya soy’, sino de que lo que soy es siempre *un llamado al otro*, pues es del otro de quien recibo la sanción sobre mi propio mensaje. Bajo esta idea, la *selfie* es vista como algo que, si es que comunica, lo hace porque ya está constreñida por las condiciones dadas por el otro.

Lo ‘saludable’ en la *selfie*

Si sostenemos aproximaciones ingenuas a la complejidad de la comunicación humana, podríamos creer que la *selfie* es un producto comunicativo sólo por el hecho de que con ella yo ‘comunico’ algo a los demás. Esta es la postura que informa a un autor como Antonio Fernández Paradas (2016), quien ve a la *selfie* como algo más ‘activo’:

Mientras que el autorretrato, tienen un papel social más pasivo [*sic*], el selfie actúa como un vehículo de comunicación inmediata. Con el autorretrato proyectamos nuestro propio “yo”, pero con las posibilidades del selfie, “creamos” un Yo para una audiencia real y potencial, es una reelaboración de nosotros mismos, algo así como un proyecto de dirección artística mediante el cual construimos un decorado que refleja una determinada realidad (Fernández Paradas, 2016, p. 712).

El problema de estas aproximaciones es, de nuevo, que siguen apostando por un Yo desde el reforzamiento que desmiente la escisión constitutiva del sujeto y las condiciones de producción y distribución a las que la *selfie* empuja: por el hecho de que tengo la libertad de hacerme y subir una *selfie* entonces pareciera que el uso que hago de ella, las razones por las que la hago y las condiciones en que la comparto, son ‘prueba’ de mi libertad. Tan poca distancia crítica toma el autor de la *selfie* que incluso nos ofrece consejos de salud sobre su uso:

Alguien ha comentado, muy acertadamente en algún blog, que una persona sana, con un entorno familiar y personal propicio, no necesita de la actitud compulsiva de hacerse selfies continuamente, creando imágenes de sí mismo para que sea aceptado por la comunidad [...] La actitud sana, sería, realizarse un selfie, y disfrutar del impacto del mismo en las redes sociales, no hacernos muchos selfies, para tener muchos “me gusta”, lo que supone una actitud adictiva, inversamente proporcional sobre nuestra autoestima (Fernández Paradas, 2016, pp. 712-713).

Notamos aquí uno de esos intentos, que hallamos en los discursos más populares y superficiales de la comunicación, de colocar una especie de vara de medición: como si hubiera una clara frontera de cuántas *selfies* son ya *muchas*, como si hubiera un momento en el que nuestra ‘afición’ se convierte en “actitud adictiva”, e incluso, como si las condiciones de producción y distribución de estos contenidos no estuvieran encaminadas a siempre colocarnos en una “actitud adictiva” o a redefinir los parámetros de la misma. Esta imposición de una vara de medición es el correlato de la hipermedicalización de la vida cotidiana: de intentos de definir lo normal y anormal, lo mucho y lo poco, los modos correctos de relacionarnos y de convivir. Curiosamente, nunca nos explica Fernández por qué “la actitud sana” no sería simplemente no hacerse *selfie* alguna, o qué hacer si no tiene ningún impacto en redes que yo pueda “disfrutar” porque a nadie le importó mi *selfie*, o si hacer uso de las técnicas para disimular la gordura o la fealdad también son parte de una “actitud sana”. ¿Desde qué lugar está puesto el umbral de ‘lo sano’ en relación a la *selfie*?

La *selfie* como exhibicionismo neoliberal

Afortunadamente, hay posturas que sí son críticas del fenómeno, como la de Estela Roselló Sobrón (2018), quien elabora muy interesantes crónicas etnográficas de eventos de las clases acomodadas en la Ciudad de México en las que la *selfie*, entre otras prácticas, funcionan para perpetuar condiciones de exhibición (y por lo tanto, permanencia) de la clase social. Como se ha estado mencionando, la *selfie* no puede estudiarse como una práctica espontánea o ajena a ciertos intereses de producción y distribución que, en la vida contemporánea, son resultado y perpetuación de una subjetividad neoliberal: la *selfie* es una especie de mano derecha de los discursos de autoayuda que pretenden aislar el accionar del sujeto de las condiciones que lo producen, de modo que cada quien sea ‘dueño de su destino’. El neoliberalismo no puede ser reducido a una simple política económica, sino que debe de verificarse cómo infecta la subjetividad humana al punto de alterar incluso la naturaleza de su felicidad: “para la mentalidad y la tradición liberal y capitalista, la infelicidad es un factor que afecta el progreso y el desarrollo económico no sólo de los individuos, sino también, de las naciones” (Roselló, 2018, p. 4).

Esta subjetividad neoliberal es la que borra por completo cualquier frontera entre una “auto-promoción” y una “autoexplotación”, entre una “actitud sana” y una “actitud adictiva”: el cruce entre una y otra se establece en si se desmiente el modo en que el sujeto se explota a sí mismo.

En este mismo sentido, Gabriela Bard y Mariana Magallanes (2021) ubican a la *selfie* como una arista de la “empresarialización” del individuo. Las autoras hicieron entrevistas a jóvenes sobre cómo usaban las *selfies* en Instagram, y notaron que incluso quienes no tienen un proyecto de ‘em-

prendimiento' personal reconocen las lógicas de ese modo de volverse explotadores de su propia imagen:

En estos contextos, las personas actúan como pequeñas empresas, vigilándose para acumular ganancias que se traducen en *likes* o seguidores, guiándose por los valores que circulan fuera y dentro de las redes sociales. Incluso quienes dicen en las entrevistas realizadas, no interesarse por cosechar seguidores en Instagram, exponen conocimiento de la lógica de funcionamiento en torno a cuándo es conveniente subir una foto o reflexión, cómo mostrarse, etc. Para ser mirado/a, es necesario comprender las formas de regulación del tiempo y la imagen valorizable que produce el orden social capitalista (Bard y Magallanes, 2021, p. 7).

La *selfie* ha devenido entonces, nos indican estas autoras, como un lugar estratégico para la construcción de una mercantilización de la vida privada: “La esfera emocional ha sido colonizada mediante la mercantilización directa de los vínculos y las relaciones de cuidados, tanto como por la utilización de las emociones como una mercancía más” (Bard y Magallanes, 2021, p. 8). La *selfie* ha convertido la expresión de las emociones en una mercancía vendible, de modo que ha logrado fagocitar, bajo el imperativo de la explotación, un sentimiento tramposo de libertad personal. Uno expone su *selfie* creyendo que es un “testimonio de la libertad”, pero a condición de que, precisamente al hacerlo en las redes sociales digitales que no son un espacio público, se pueda mercantilizar este testimonio: se trata de un testimonio de la libertad... de venderme. Sentencian las autoras calificando el uso de la *selfie* en las lógicas de Instagram como una pedagogía:

Por tanto, [Instagram] sirve como una pedagogía de lo que es la felicidad y ésta de factores “objetivos” que se consideran independientes de los condicionamientos sociales, históricos, políticos y que responderían al mérito propio, al esfuerzo. En efecto, refuerza el sentido liberal de que uno/a mismo/a puede ser el artífice de su vida, paradójico desde el momento en que está necesitando el libro escrito por otro (Bard y Magallanes, 2021, p. 26).

Y esto nos permite regresar a Yehya: la conclusión que tiene sobre el tema es que “el *selfie* es una extraña expresión de honestidad pero, a la vez, es la instantánea de un performance, una proyección autobiográfica idealizada en un atisbo de lo que quisiéramos ser en ese preciso momento” (Yehya, 2013, p. 283). La *selfie* no es entonces tanto una exposición de lo que somos, como una exposición de lo que quisiéramos ser: de nuevo, la *selfie* presenta la ilusión de simplemente ser una exposición de mí, cuando en realidad, en tanto exposición de mí, es ya un llamado al otro, como una petición para que el otro sancione nuestra propia imagen, la imagen de lo que quisiera ser.

Conclusiones: tú eres eso

Este trabajo presentó una revisión panorámica del complejo aparato conceptual que está en juego en el concepto lacaniano de *estadio del espejo*, que ata varias formulaciones sobre la naturaleza del Yo, la relación del Yo con el otro, la introducción del sujeto y la conformación del registro de lo Imaginario en la enseñanza de Jacques Lacan.

El estadio del espejo nos ofrece una concepción del desarrollo de la subjetividad humana como algo que está atravesado por el otro desde su mero surgimiento. Esto no supone que exista un Yo que se relaciona con los otros, sino que la propia figura del Yo ya presupone, necesariamente, al otro. Este atravesamiento del Yo por el otro deja como consecuencia un Yo que no está en armonía consigo mismo, que carga con una escisión que se evidencia en la relación con su propio cuerpo (que experimenta como ajeno, como algo con voluntad propia), en la relación con su propia imagen (que se experimenta como algo que parecería propio, pero siempre está al servicio y escrutinio del otro), y en el surgimiento del *sujeto*, aquel residuo que queda una vez que el Yo se aliena en su imagen. El sujeto supone eso que estorba a la totalización del Yo, que estorba a la omnipotencia de la *imago*, que estorba al relato de una armonía entre el Yo y su imagen.

Esta manera de comprender la subjetividad humana, la identidad del Yo y el problema de la relación entre el sujeto y su propio cuerpo nos permite una lectura bastante más escéptica del fenómeno de la *selfie* que lo que hallamos en algunos textos del campo de la comunicación que suponen que, como la *selfie* es una foto tomada y distribuida por el sujeto que la crea, entonces se trata de una práctica de ‘celebración’ o ‘agenciamiento’. La introducción del otro en la conformación del Yo nos obliga a percatarnos de que estas prácticas de ‘libertad’ del Yo están siempre ya sancionadas por las condiciones dadas por el otro.

Notamos, entonces, lo fundamental que resulta comprender el poderoso mecanismo que es la *identificación* de la que nos habla el psicoanálisis frente a las ideas de una *identidad individual* que hay en otros campos del saber: lo esencial es que el Yo acepte la *imago* propuesta por el otro bajo la suposición de que es libre de elegirla, o de que la elige libremente. Lacan finalizó su texto sobre el estadio del espejo con un párrafo que resulta algo oscuro:

En el recurso, que nosotros preservamos, del sujeto al sujeto, el psicoanálisis puede acompañar al paciente hasta el límite extático del “*Tú eres eso*”, donde se le revela la cifra de su destino mortal, pero no está en nuestro solo poder de practicantes el conducirlo hasta ese momento en que empieza el verdadero viaje (Lacan, 2009a, p. 105).

Esa frase, “*Tú eres eso*”, sin duda es algo que aparece en muchos otros discursos propios de las neurociencias y la psicología también. ¿Qué es el “*tú eres eso*” del que habla Lacan?

Primero, podemos leer un “*Tú eres eso*” como una *descripción objetivante*, en la que se le dice al sujeto que *es eso* que se le muestra: el resultado de su escaneo cerebral, el resultado del test de personalidad, el diagnóstico arrojado con manuales como el DSM, el diagnóstico psiquiatrizante. Lo que aquí opera es un discurso ajeno al decir singular del sujeto, sólo interesado en los manuales de diagnóstico y los resultados establecidos por la máquina.

Luego, podríamos leer un “*Tú eres eso*” como una invitación a la *implicación subjetiva*, en la que el sujeto *se asume* en ello que se le muestra. Esta segunda lectura empieza a alejarse del positivismo de la anterior, en tanto que ya no se trata sólo de lo que se le muestra al sujeto, sino que éste se implica en ello, es decir, *se identifica con eso* que el otro le dice que es. Esto permite entrever que el sujeto no es un ente pasivo del que se describe *algo*, sino que se describe a *sí mismo*. Sin embargo, esta lectura ha probado ser algo tramposa pues la hiperdiagnóstico de hoy no permite ninguna implicación subjetiva, sino una constante desmentida: los discursos psicologizantes y psiquiatrizantes tienen mucho poder y rango de acción para explicarme y explicar mis comportamientos, pero no parece haber una posibilidad de implicación subjetiva en ellos, sino una especie de refugio en la enfermedad. Por ello es que es muy común escuchar gente que inicia un psicoanálisis dando todos los diagnósticos que le han dado antes los psicólogos y los psiquiatras, y preguntándose por qué no le han funcionado si ya sabe con precisión ‘qué es lo que tiene’. Así, la implicación subjetiva hacia el saber de la ciencia no parece resultar tan efectiva, o al menos, no supone ninguna implicación subjetiva real.

Finalmente, en una inversión dialéctica, tenemos “*Tú eres eso*” que ahora funciona como una *descripción subjetivante*, o una *implicación objetiva*, si entendemos que el “*eso*” ya no supone el resultado del test/diagnóstico sino el *eso* del que habla el psicoanálisis, el que Lacan escribía como *ça* en francés: *eso que resulta sintomático, enigmático, sinsentido en el sujeto*. Por ejemplo, la analizante que llega diciendo que, tras años con psicólogos, psiquiatras y conviviendo con varios diagnósticos y terapias, *no entiende por qué no cambia*: aquí el tema no es si los diagnósticos fueron o no fueron correctos (sería la primera lectura), o si la paciente realmente los entendió o cree en ellos (sería la segunda lectura); aquí el tema es la pregunta misma, no en cómo responderla desde el saber sino en alojarla como una pregunta, alojar su posición de *no entender*. El diagnóstico se entiende, *se sabe* (a sí mismo), pero hay algo que opera en contra del sentido, del saber, de la conciencia, del entendimiento, que le causa esa pregunta: ¿por qué soy como soy, pese a que sé lo que soy? Es una descripción de aquello que es tan subjetivo que le es desconocido incluso a ella misma, que opera inconscientemente, y es una implicación de algo objetivo pues encuentro en mí algo que opera como un objeto, de manera ajena a mi voluntad y como algo que siento extraño a mí.

Este sinsentido, que me implica subjetivamente y que no es agotado por todo el saber de los diagnósticos, es eso que opera fuera del sujeto y, sin embargo, le es íntimo. El espejo ofrece de vuelta, por sus propiedades físicas, una imagen, ésta es tomada como tal –como una imagen propia–, a condición de que haya algo que se quede fuera y que permite a la imagen totalizar el cuerpo, conformar un Yo completo. La identificación del Yo con la imagen se sostiene gracias a la expulsión de aquello que impide la completitud del Yo.

Esto que es expulsado para conformar el Yo es lo que no parecen captar las aproximaciones más superficiales que se tienen hacia el fenómeno de la *selfie*, que no se nos revela simplemente como una espontánea ‘apropiación’ del sujeto en la que expone ‘su’ identidad; por el contrario, lo que muestra la *selfie* es lo presa que el sujeto está de su alienación al otro, al hecho de que sólo existe para el otro vía la imagen. Ya no sólo se trata de ubicar cómo la imagen del Yo está siendo ofrecida para el otro, sino percatarse de que el Yo, antes de ese ofrecimiento, no tiene una imagen propia que no sea ya del otro. La función de la *imago* ofrecida y asumida en el estadio del espejo es introducir “un principio de falso dominio y de alienación radical en una síntesis” (Lacan, 2009c, p. 643); es decir, la función principal del reforzamiento del Yo vía la *imago* es sintetizarlo, subordinarlo a una imagen ofrecida por el otro, ofreciendo un falso dominio de sí, engañarle para que crea que ésta es su imagen. La *selfie* tiene un rol muy especial, en el entramado mediático de hoy, para sostener esa síntesis, subordinación y ofrecimiento de un falso dominio de sí.

Mientras que algunas aproximaciones simplistas y positivizantes de las humanidades y las ciencias sociales buscan la síntesis de la identidad del individuo, el psicoanálisis es un discurso que trabaja, tal como su nombre lo indica, en contra de todo intento de síntesis del Yo, en buena medida, porque está advertido que las instancias donde el Yo se considera más libre, con mayor ‘agenciamiento’ y capacidad de ‘representación’, es probablemente donde más atrapado se encuentra en las coordenadas del deseo del otro.

Referencias bibliográficas

- Ayerbe, N. & Cuenca, J. (2019). El selfie como performance de la identidad. Explorando la performatividad de la auto-imagen desde el arte de acción. *Papeles del CEIC*, 2019(2), 16 pgs. DOI: 10.1387/pceic.20260
- Bard Wigdor, G. & Magallanes Udovicich, M. (2021). Instagram: la búsqueda de la felicidad desde la autopromoción de la imagen. *Revista Culturales*, 9(1), 29 pgs. DOI: 10.22234/recu.20210901.e519
- Fernández Paradas, A. (2016). La mercantilización del selfie como medio de construcción de las identidades sociales. *Opción*, 32(9), 706-717.
- Freud, S. (1976a). Tres ensayos de teoría sexual. En *Obras completas. Sigmund Freud. Volumen 7* (págs. 109-224). Amorrortu editores.
- Freud, S. (1976b). Proyecto de psicología. En *Obras completas. Sigmund Freud. Volumen 1* (págs. 323-446). Amorrortu editores.
- Freud, S. (1976c). El malestar en la cultura. En *Obras completas. Sigmund Freud. Volumen 21* (págs. 57-140). Amorrortu editores.
- Gutiérrez Martínez, A. (2020). Cambios y permanencias en la atmósfera cultural trans femenina de la Ciudad de México. *Estudios Sociológicos de El Colegio de México*, 38(112), 73-102. DOI: 10.24201/es.2020v38n112.1699
- Lacan, J. (2009a). El estadio del espejo como formador de la función del yo [je] tal como se nos revela en la experiencia psicoanalítica. En *Escritos 1* (págs. 99-105). Siglo XXI editores.
- Lacan, J. (2009b). La agresividad en psicoanálisis. En *Escritos 1* (págs. 107-127). Siglo XXI editores.
- Lacan, J. (2009c). Observación sobre el informe de Daniel Lagache: “Psicoanálisis y estructura de la personalidad”. En *Escritos 2* (págs. 617-651). Siglo XXI editores.
- Murolo, N. (2015). Del mito del Narciso a la *selfie*. Una arqueología de los cuerpos codificados. *Palabra clave*, 18(3), 676-700. DOI: 10.5294/pacla.2015.18.3.3
- Murolo, N. (2019). Teoría de la selfi. Narrativa y usos de la fotografía digital contemporánea. *deSignis*, 30(19), 115-122.

- Roselló Soberón, E. (2018). *Happiness made in Mexico: lujo, consumo y felicidad entre las clases medias altas de las Lomas de Chapultepec (Ciudad de México, 2018)*". *Relaciones. Estudios de Historia y Sociedad*, 41(163), 33 pgs. DOI: 10.24901/rehs.v41i163.669
- Yehya, Naief. (2013). *Pornocultura: el espectro de la violencia sexualizada en los medios*. Tusquets.