



La extimidad según el psicoanálisis. Otras lecturas posibles sobre la exhibición de la intimidad en redes sociales.

Extimacy according to psychoanalysis.

Other possible readings on the exhibition of intimacy on social media

Valentina Arias

Universidad Nacional de Cuyo, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Centro Universitario, Parque General San Martín, Ciudad de Mendoza. CP5500.
CONICET (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas). Mendoza, Argentina.
valentina.arias.s@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-7632-4544>

Recibido: 11-07-2024 Revisado: 16-07-2024 Aceptado: 21-08-2024

Resumen

El concepto de extimidad es ampliamente utilizado en las ciencias sociales para referirse a las prácticas de exhibición de la intimidad, un fenómeno gestado a comienzos del siglo XXI con la llegada de los medios digitales, Internet y las redes sociales. Notablemente, a mediados del siglo XX el psicoanálisis había acuñado el mismo término, no para referirse a un fenómeno histórico específico sino a una cualidad propia de la constitución psíquica. La concepción psicoanalítica de extimidad difiere considerablemente de la utilizada en ciencias sociales: en este caso, no es un antónimo de intimidad sino un neologismo que designa el origen externo de lo más íntimo del sujeto. Esta perspectiva obliga a pensar los pares interior/exterior y privado/público más allá de su dicotomía, subraya la relación constitutiva que el sujeto tiene con el otro, y fundamentalmente, ubica a la imagen propia en un lugar central en tanto fundante del yo. El objetivo de este ensayo es presentar el concepto de extimidad según como lo entiende el psicoanálisis, a los fines de poner de manifiesto que se trata de una herramienta con gran potencia analítica para abordar las prácticas digitales contemporáneas.

Palabras clave: extimidad, intimidad, subjetividad, psicoanálisis, medios digitales.

Abstract

The concept of extimacy is widely used in social sciences to refer to the practices of displaying intimacy, a phenomenon that arose at the beginning of the 21st century with the arrival of digital media, the Internet and social media. Notably, in the middle of the 20th century, psychoanalysis coined the same term, not to refer to a specific historical phenomenon but to a specific quality of the psychic constitution. The psychoanalytic conception of extimacy differs considerably from that used in social sciences: in this case, it is not an antonym of intimacy but a neologism that designates the external origin of the most intimate of the subject. This perspective forces us to think about the interior/exterior and private/public pairs beyond their dichotomy, underlines the constitutive relationship that the subject has with the other, and fundamentally, places the self-image in a central place in the foundation of the self. The objective of this essay is to present the concept of extimacy as understood by psychoanalysis, to show that it is a tool with great analytical power to address contemporary digital practices.

Keywords: extimacy, intimacy, subjectivity, psychoanalysis, digital media.

1. Introducción

No es fácil describir el paisaje tecnológico contemporáneo sin caer en sentencias obvias: decir que los medios digitales han modificado ampliamente nuestra existencia parece un diagnóstico evidente. El filósofo Éric Sadin señala sin ambigüedad que la conversión digital de casi todos los aspectos de nuestra realidad ha hecho posible “la realización completa de una revolución, es decir, una amplia redefinición de ciertas condiciones fundamentales de la existencia” (Sadin, 2017, p. 58). Para Franco Berardi, en los últimos 30 años se ha producido una transición desde la tecnosfera mecánica a la digital, provocando “una mutación en la textura de la experiencia humana y en el tejido mismo del mundo” (Berardi, 2017, p. 18). Por su parte, José van Dijck habla de una “cultura de la conectividad” y diagnostica que las plataformas digitales “han penetrado en el corazón de las sociedades, afectando a las instituciones, las transacciones económicas y las prácticas sociales y culturales” (Van Dijck et al, 2018, p. 1). A diferencia de los sistemas tecnológicos de los siglos anteriores, actualmente la mayoría de las tecnologías son usadas en ámbitos privados y son factores importantes en la modificación de los comportamientos. Ya sea en referencia a las “condiciones fundamentales de existencia”, a la “textura del mundo” o a las “prácticas sociales y culturales”, existe en el campo académico relativa unanimidad al señalar las mutaciones que provoca la digitalización.

En este artículo, haremos foco en un conjunto de prácticas específicas, aquellas relacionadas con dar a ver aspectos de la vida privada en redes sociales. Postear fotos, videos, pensamientos, compartir historias y estados de ánimo, pero también ubicaciones, recorridos, consumos: se trata de acciones que realizamos cotidianamente en nuestras redes y que despiertan diversas interpretaciones entre investigadores y académicos. Según una amplia perspectiva, al filtrarse a través de las redes sociales (y, por lo tanto, a través de imágenes, algoritmos y lógicas interactivas), las prácticas de presentación de sí adquieren un valor de espectáculo. La sociedad del espectáculo (Debord, 1995), la sociedad de la sensación (Türcke, 1995), la espectacularización del mundo (Quintana, 2003), la sociedad de la transparencia (Han, 2015): se trata de múltiples epítetos que buscan bautizar la tendencia contemporánea a convertir la vida cotidiana en un espectáculo visual. En este escenario, un camino recurrente es preguntarse por las prácticas de exhibición de sí en relación con la intimidad o, al menos, con lo que era considerado íntimo en épocas analógicas. Una referente de este tema es la antropóloga Paula Sibilia, quién indagó acerca de cómo se modifica la noción de intimidad con la llegada de Internet y los medios digitales. En su libro *La intimidad como espectáculo* (2008) propone el término “extimidad” para nombrar a la intimidad volcada al exterior; así, todas aquellas prácticas en las cuales los sujetos dan a ver aspectos de su vida privada en redes sociales son consideradas prácticas éxtimas. Notablemente, el concepto de extimidad también es utilizado por el psicoanálisis. Jacques Lacan lo acuñó en la década del 50, lejos de los medios digitales, para referirse a un rasgo propio y paradójico de la constitución psíquica: lo más interior del sujeto es, al mismo tiempo, exterior. Para esta disciplina, la identidad del sujeto se funda a partir de una imagen propia que proviene del otro y en este sentido, toda intimidad será siempre éxtima: el núcleo más íntimo del sujeto no es sino una construcción realizada a partir de una exterioridad.

Indudablemente, la concepción psicoanalítica de extimidad no es la que prevalece en los estudios sobre medios digitales, donde predomina la acepción propuesta por Sibilia. Con este diagnóstico como punto de partida, este ensayo se estructura alrededor de la siguiente premisa: el concepto de extimidad, en su pleno sentido psicoanalítico, es una herramienta que ofrece potencia analítica y sutileza interpretativa al momento de abordar múltiples aspectos de las prácticas digitales contemporáneas. A pesar de la especificidad metodológica y técnica del psicoanálisis, sostenemos que sus diálogos con otras disciplinas complejizan, y por ende enriquecen, las miradas sobre diversos objetos, con particularidad aquellos que hacen a la subjetividad, sus prácticas y su relación con la época. El objetivo de este ensayo, entonces, es desarrollar ambas acepciones del concepto de extimidad, a los fines de poner de manifiesto la singularidad de la propuesta psicoanalítica y su potencia para analizar las prácticas digitales de presentación de sí. Además, ofrecemos algunas líneas de reflexión que, forjadas en el cruce del psicoanálisis con las ciencias sociales, abordan fenómenos digitales contemporáneos -como las selfies- en re-

lación con la imagen personal, la mirada del otro, el cuerpo, la identidad. A lo largo del texto, señalaremos de qué manera el concepto psicoanalítico de extimidad permite no sólo superar las dicotomías interno/externo o privado/público, sino también reflexionar acerca de la compleja relación que el sujeto establece con el otro y, por ende, con su propia imagen. Más allá de las características de la época contemporánea, del empuje a exhibirse en redes sociales, de los dictámenes de espectacularidad que rigen nuestra actividad digital, en este ensayo el acento está puesto en la cuestión del sujeto, analizando de qué manera la propuesta de la época encuentra ecos muy nítidos en la estructura de nuestra psiquis.

2. Desarrollo

2.1. La extimidad según Sibilia: exhibir la intimidad

En su libro *La intimidad como espectáculo* (2008), la antropóloga Paula Sibilia analiza críticamente lo que, en ese entonces, eran novedosas prácticas de expresión y comunicación en escenarios digitales. Los blogs, fotologs, webcams y aquellas redes sociales pioneras, como YouTube y Facebook, son descriptas y analizadas en tanto espacios donde los sujetos ponen en marcha formas de presentación de sí. La idea rectora de sus reflexiones es que, dado que la subjetividad es tanto *embodied como embedded* (esto es, tanto encarnada en un cuerpo como embebida en una cultura), los cambios de época producen sus correspondientes alteraciones en la subjetividad. Así, el advenimiento de las tecnologías digitales implica cambios “en las formas de ser y estar en el mundo” (Sibilia, 2008, p. 21). Una de las hipótesis más potentes del libro señala que, en las prácticas digitales de presentación de sí, se produce una espectacularización de la subjetividad: ya no introdirigida, introspectiva ni replegada al ámbito privado, sino alterdirigida, estructurada principalmente alrededor del cuerpo y la imagen, y expuesta al exterior. En este escenario, la autora diagnostica que se produce una fuerte mutación de la intimidad, de todo aquello que se suponía debía quedar fuera de la mirada ajena. Sibilia propone a cambio el neologismo “extimidad” como un “juego de palabras que busca dar cuenta de las paradojas de esta novedad, que consiste en exponer la propia intimidad en las vitrinas globales de la red” (Sibilia, 2008, p. 16). La extimidad, desde este punto de vista, es la intimidad volcada al exterior, lo íntimo dado a ver públicamente.

Las prácticas confesionales analógicas, como las cartas o los diarios íntimos, tienen una “filiación directa” con la sociedad del siglo XIX y principios del XX, que “cultivaba rígidas separaciones entre el ámbito público y la esfera privada de la existencia” (Sibilia, 2008, p. 27). Lo privado y lo público, en tanto espacialidades, se consideraban opuestos y excluyentes. El espacio privado era un universo al que se ingresaba al cerrar la puerta de casa, “donde estaba permitido ser vivo y patético a gusto, pues solamente entre esas acogedoras paredes era posible dejar fluir libremente los propios miedos, angustias y otros patetismos considerados estrictamente íntimos” (Sibilia, 2008, p.75). En este punto, la autora retoma una línea de reflexión que vincula estrechamente la intimidad con la privacidad y la espacialidad: el ambiente privado refiere a espacios del hogar, a aquellas habitaciones a salvo del mundanal ruido, en tanto escenarios donde transcurre la intimidad y “donde se engendraban, en pleno auge de la cultura burguesa, los relatos de sí” (Sibilia, 2008, p. 66). Desde esta perspectiva, la noción de intimidad presupone un espacio que la envuelve, el de la vida privada (Puelles Romero, 1999), que a su vez se ubica en una locación específica: dentro del hogar.

Ahora bien, una de las características de nuestra época, ligada a los cambios tecnológicos, es la digitalización de la vida y, por ende, la virtualización de múltiples aspectos de nuestra existencia, como la economía, el trabajo, el estudio, el arte, la sexualidad. Como advierte el filósofo Byung-Chul Han: “la digitalización desmaterializa y descorporiza el mundo” (2021, p. 10). Esto implica, necesariamente, una disolución de los límites. El psicoanalista Gérard Wajcman (2011) ubica a la caída del muro de Berlín a fines de la década del 80 del siglo XX como un símbolo de lo que vendría después: globalización, pero también caída de los muros, de las fronteras, de los límites. “Nada hace de límite en este mundo: no lo que limita y protege a un país, pero tampoco lo que limita y

protege a un cuerpo, ni lo que limite y protege a la intimidad, ni la vida, ni nada” (Wajcman, 2011, p. 261). “Ni nada”: ni siquiera nuestras casas, lugar de refugio, antaño herméticas, pretendidamente inviolables y actualmente devenidas en terminales de dispositivos conectados a Internet. Ocurre que ya no sólo tenemos pantallas para mirar el mundo desde nuestro hogar: estas pantallas vienen con cámara incorporada y conexión a Internet, por lo tanto, están conectadas -al menos potencialmente- con todas las miradas del mundo: miramos, pero también somos mirados. “Estamos en la época en que todo el mundo es voyerista, y en que todos los voyeristas son observados. De ahí que la mirada sea una cultura común y global” (Wajcman, 2011, p.18). De esta manera, la disolución de los límites alcanza las paredes, otrora infranqueables, del espacio privado.

Este escenario convoca a que los sujetos se muestren. Actualmente, no bastaría sólo con sentir, pensar o hacer algo, también hay que exhibirlo y compartirlo, ya que las cosas parecen adquirir valor cuando son vistas por otros. Esto es así porque, en nuestra “civilización de la mirada” (Wajcman, 2011), quienes no se exhiben son considerados sospechosos, pero además porque mostrarse y ser percibido es una forma de existir. “Ser significa ser percibido” decía ya en 1995 el filósofo Christoph Türcke sin haber presenciado aún el frenesí de visibilidad actual. Así, el sujeto se muestra no por una coacción externa, “sino por la necesidad engendrada en sí mismo, es decir, allí donde el miedo de tener que renunciar a la esfera privada e íntima cede a la necesidad de exhibirse sin vergüenza” (Han, 2015, pp. 89, 90). Vale preguntarse si, a la disolución de las paredes que protegen la intimidad de ojos y oídos ajenos, le correspondería también una disolución de aquellos “diques psíquicos” de los que hablaba Freud (2010b): el asco, la vergüenza y la moral como contenedores de la “corriente” imparabable que es la pulsión sexual. Cambios de época, modificaciones materiales y transformaciones subjetivas: un tríptico a partir del cual leer e interpretar las prácticas de exhibición contemporáneas.

Antes de terminar este apartado, es importante mencionar un rasgo más de la exhibición de la intimidad según como la entiende Sibilia. Estas prácticas vienen acompañadas de otro fenómeno, la espectacularización de la personalidad, “como los dos lados de una misma moneda” (Sibilia, 2008, p. 131). Si nuestra vida cotidiana deviene un espectáculo visual, nos vemos obligados a aquello que el filósofo Boris Groys denomina un “autoposicionamiento en el campo estético” (2014, p. 39), algo que solía ser una preocupación sólo de las personalidades públicas, como artistas y políticos. Sin embargo, gracias a los medios digitales, Internet y la concomitante difusión de los límites entre lo privado y lo público, este autoposicionamiento es hoy una obligación de carácter masivo: “todo el mundo está sujeto a una evaluación estética; todo el mundo tiene que asumir una responsabilidad estética por su apariencia frente al mundo, por el diseño de sí” (Groys, 2014, pp. 39, 40). En este escenario, las apariencias sí importan. Esto nos remite al célebre diagnóstico del filósofo Guy Debord (1995), retomado por Sibilia: las realizaciones humanas se han degradado del ser en el tener y luego, del ser en el parecer. Hemos pasado de la primacía del *tener* como modo de *ser* (mediante la acumulación de objetos propia del frenesí consumista del capitalismo) a la preponderancia del *parecer*, esto es, a convertir la vida en una performance, una realización en escena frente a los ojos de los demás.

En síntesis, el concepto de extimidad, tal como lo propone Sibilia, refiere a toda práctica de exhibición voluntaria de aquello que solíamos designar como “intimidad”. Es una noción que designa un fenómeno gestado a comienzos del siglo XXI, con la llegada de los medios digitales, Internet y las redes sociales, estas últimas entendidas como emblemas de la transformación de la intimidad en extimidad. La digitalización, la disolución de los límites, el mandato a mostrarse y la estilización de la propia vida son algunos rasgos que Sibilia propone a los fines de describir y comprender el fenómeno. La propuesta de la autora fue muy bien recibida en las ciencias sociales y el término extimidad, dada su eficacia y sencillez, fue adoptado rápidamente en los estudios sobre medios digitales. Sin embargo, la noción de extimidad, tal como la piensa originalmente el psicoanálisis, difiere en gran medida de cómo la trabaja Sibilia. Para esta disciplina, la extimidad es un rasgo estructural de la constitución psíquica y no ya un fenómeno contemporáneo; no es un antónimo de intimidad sino un neologismo que designa, paradójicamente, lo más íntimo del sujeto; esto implica tener que pensar las duplas interior/exterior y privado/público más allá de su dicotomía; finalmente, ubica en un lugar central la relación del sujeto con el otro. En el próximo apartado, desarrollaremos en extenso estas ideas, a los fines de dar cuenta cómo la acepción psicoanalítica

de extimidad ofrece un enorme potencial para pensar las prácticas de presentación de sí en redes sociales, permitiendo complejizar las lecturas que la entienden exclusivamente como una exhibición de la intimidad.

2.2. La extimidad según Lacan: esa extranjería que nos habita

El neologismo “extimidad” fue acuñado por Jacques Lacan a finales de la década del 50 y, evidentemente, no pretendía bautizar un fenómeno relativo a los medios digitales sino una cualidad de la constitución psíquica. El concepto, utilizado por el psicoanalista en muy contadas ocasiones, señala una paradoja fundamental del sujeto: lo más interior, lo más íntimo, no deja de ser exterior. Desde esta perspectiva, la extimidad no es lo contrario de la intimidad sino, “precisamente, lo íntimo, incluso lo más íntimo” (Miller, 2010, p.14). A los fines de dilucidar lo enigmático de estas reflexiones, es preciso recorrer un camino que nos llevará por diferentes conceptos del psicoanálisis, como prematuración, identificación y estadio del espejo, relacionados con la constitución del psiquismo.

Para comenzar, debemos tener en cuenta que, a diferencia de otras especies, el ser humano nace siempre prematuro y en desventaja con el entorno que lo rodea: la cría humana llega al mundo con los sistemas de su cuerpo aún inmaduros, sin coordinación motriz, sin posibilidades de alimentarse ni valerse por sí mismo. Este estado de fetalización, de prematuración biológica implica la absoluta necesidad de la intervención de un otro para asegurar su supervivencia. Ese “otro auxiliar” (Freud, 2010a) cumple funciones básicas de alimentación y cuidados, pero al mismo tiempo realiza estas acciones de determinadas maneras, mira al *infans*, lo sostiene, le habla, le muestra el mundo y, de manera inconsciente, le transmite una cultura y un lenguaje. Esto es así hasta tal punto que la psicoanalista Piera Aulagnier (1977) habla de la “violencia primaria” del discurso del otro: la madre (o quien cumpla esa función) “invade” el espacio del recién nacido, no sólo calma sus necesidades, sino que les impone un sentido; le habla al niño y habla del niño. Esta palabra materna es portavoz del lenguaje de la cultura y derrama sobre el bebé un caudal portador y creador de sentidos, “un baño de lenguaje”, dirá Lacan (1988). Se trata de una intrusión “humanizante” en tanto permite estructurar el mundo representacional del recién llegado, otorgarle los primeros rudimentos de su actividad psíquica. De esta forma, “sólo podemos pensarnos con categorías que nos vinieron del afuera, con herramientas que ya estaban allí mucho antes de nuestro advenimiento al mundo” (Viñol, 2020, p.14); en palabras del psicoanalista Jacques-Alain Miller: “éxtimo es, en primer lugar, el Otro¹ del significante, éxtimo al sujeto, aunque más no sea porque la lengua mía, en la que expreso mi intimidad, es la del Otro” (Miller, 2010, p.21). “Yo es otro” es un aforismo del poeta Rimbaud que suele citarse en los escritos que versan sobre estos temas ya que, desde la perspectiva del psicoanálisis, la noción del yo se constituye fundamentalmente gracias a la intervención del otro, del no-yo.

Esto nos lleva a otro concepto clave en la constitución subjetiva, la identificación, definida por Freud como un mecanismo inconsciente que “aspira a configurar el yo propio a semejanza del otro, tomado como modelo” (2010c, p.100). En el Diccionario de Psicoanálisis se define a la identificación como “un proceso psicológico mediante el cual un sujeto asimila un aspecto, una propiedad, un atributo de otro y se transformará, total o parcialmente, sobre el modelo de éste” (Laplanche y Pontalis, 2006, p.184). Siguiendo a Juan José Calzetta (2011), diremos que la identificación es la forma en la que cada sujeto organiza su psiquismo sobre la imagen de otro que funciona como modelo. En la misma línea, el filósofo y psicoanalista Cornelius Castoriadis afirma que “el yo es uno de los primeros extranjeros que se le presentan a la psiquis” (2002, p. 70) ya que, como resultado del proceso de socialización, se produce la formación de un individuo social que

1 En lenguaje lacaniano, existe una distinción entre “otro” (pequeño otro) y “Otro” (gran otro). En tanto esta diferencia no es central para nuestra argumentación, basta con señalar que el otro es tanto el semejante como la imagen especular (y por lo tanto, proyecciones del yo); el Otro, en cambio, designa el lugar del lenguaje y la ley. El Otro no es un sujeto, pero un sujeto sí puede ocupar esta posición para otro.

es un objeto extraño y extranjero para la propia psiquis, en tanto está construido, vía la identificación, en base al modelo del otro. En palabras de Lacan: “¿Qué es el yo, sino algo que el sujeto experimenta primero como algo que le es ajeno a él mismo en su propio interior?” (Lacan, 1985, p. 57).

Este breve recorrido por la función del otro en la constitución psíquica permite dejar señalado un elemento central para dilucidar el concepto de extimidad: es a partir de la intervención de un otro que el yo se constituye, conformándose en el interior del sujeto como una cosa extraña a él mismo (Lacan, 1985). Hay otro concepto lacaniano fundamental para pensar la extimidad: el estadio del espejo. En un artículo titulado “El estadio del espejo como formador de la función del yo [je] tal como se nos revela en la experiencia psicoanalítica” (2011a), Lacan analiza un momento específico del recorrido evolutivo del *infans*: el momento en el cual, entre los 6 y los 18 meses, el bebé descubre, con alegría, su propia imagen reflejada en un espejo. Para Lacan, se trata de un momento fundacional en el cual el niño logra resolver la sensación de fragmentación corporal propia de la prematuración y, al encontrarse e identificarse con esa imagen de totalidad, anticipa jubilosamente una unidad corporal de la que carece en ese momento. Así, el sujeto pasa de un estado de prematuración a uno de anticipación: la imagen completa como un estado al que hay que llegar.

Es que la forma total del cuerpo, gracias a la cual el sujeto se adelanta en un espejismo a la maduración de su poder, no le es dada sino como Gestalt, es decir, una exterioridad donde sin duda esa forma es más constituyente que constituida (Lacan, 2011a, p. 100)

El estadio del espejo nos muestra el modo tan particular de conformación del yo: su constitución tiene al cuerpo como protagonista y se precipita a partir de una imagen especular, dotando a esta instancia psíquica -al yo- de dos rasgos centrales: ilusión y alienación. Ilusión porque la sensación de completud y autosuficiencia del yo proviene de una imagen exterior a él, una imagen que deja de lado todo lo no representado en ella, esto es, la fragmentación e insuficiencia experimentadas por el sujeto (en ese sentido, la idea de un yo completo y autosuficiente va a pertenecer al registro imaginario). Para Lacan, el estadio del espejo “sitúa la instancia del yo en una línea de ficción” (2011a, p. 101): el yo adquiere un carácter ilusorio en tanto recubre la falta estructural y crea una unificación que no existe en realidad. El yo también está alienado, en tanto “es primero en otro, más avanzado, más perfecto que él donde el sujeto se ve” (Lacan, 1985, p.57). El *infans* se identifica con una imagen que es exterior a él y entonces, el sentimiento de sí mismo se configura a partir de una exterioridad.

En este punto, es importante hacer una salvedad: si bien hablamos de “estadio del espejo”, lo cierto es que el objeto “espejo” es absolutamente prescindible, en tanto el niño observa su conducta reflejada en los gestos del adulto, del otro semejante: el niño se mira en quienes lo miran. Así, cuando hablamos de una exterioridad, debe entenderse en ese sentido: ya sea un espejo o el otro semejante, la constitución subjetiva sólo es posible gracias a la mediación de algo externo, produciendo que lo que el sujeto sabe de su yo quede localizado por afuera, en una imagen del doble que lo aliena. Otra salvedad adicional, de suma importancia para nuestro argumento: si bien primeramente Lacan considera que el estadio del espejo es una etapa específica en el recorrido evolutivo del niño, en el mismo escrito dirá que se trata de un momento revelador “de una estructura ontológica del mundo humano” (Lacan, 2011a, p. 101). Esto deja asentada las bases para desarrollos ulteriores del psicoanalista, quien entenderá que el estadio del espejo es más bien una estructura permanente. “El *stade du miroir* tiene el carácter de ser fundante y su efecto resulta perdurable a lo largo de la vida futura del ser, marcando el modo en que se construyen y organizan las relaciones sociales” (García Arroyo, 2022, p. 36). ¿De qué manera el estadio del espejo marca el modo como se construyen las relaciones sociales? Buscaremos responder esta pregunta en los siguientes apartados.

A diferencia de otras disciplinas, para el psicoanálisis la identidad del sujeto se funda a partir de una imagen propia que proviene del otro, es éxtima en tanto se construye a través de la relación entre la interioridad y la exterioridad, en un proceso continuo de construcción y deconstrucción. Implica un exilio de uno mismo que es, paradójicamente, fundante de la propia subjetividad: es el

otro, en tanto soporte de la imagen, quien se interpone y media entre el sujeto y el mundo, “e incluso entre el sujeto y su propia representación de sí (su yo) como parte del mundo” (Mazzuca et al, 2005, p. 124). A partir de allí, lo que conocemos sobre nosotros mismos tiene la estructura de un conocimiento paranoico (Lacan, 2011b), no en el sentido psicopatológico del término sino porque la forma en cómo se estructura nuestro narcisismo² tiene puntos en común con la estructura paranoica: creemos tener un conocimiento y dominio absolutos de nuestro yo, al que percibimos como una unidad. Esta imagen ideal “actúa como un reaseguro frente al desamparo” y, por lo tanto, el yo siempre tendrá, defensivamente, “la función de desconocer aquello que lo determina, desconocer al otro que lo captura en esa alienación necesaria y constitutiva” (Mazzuca et al, 2005, p. 124). Pero lo cierto es que el yo -el núcleo más íntimo del sujeto- es una zona de indeterminación, opaca y fragmentaria que escapa continuamente a nuestro control y donde se libran las luchas constantes entre identidad y falta de identidad. Este escenario tiene una implicancia adicional: siempre existirá una brecha insalvable entre cómo nos vemos a nosotros mismos y cómo nos ven los demás, una discordancia entre aquella imagen ideal y lo que el otro nos devuelve.

2.3. Convocar a la mirada del otro o por qué mostramos nuestra vida en redes sociales

En el apartado anterior, señalamos que la conformación de nuestro yo se produce a partir del reflejo de la mirada del otro, al devolvernos nuestra propia imagen en forma especular. Desde el punto de vista del psicoanálisis, toda intimidad es siempre éxtima: el núcleo más íntimo del sujeto no es sino una construcción realizada a partir de una exterioridad (esto es, una imagen propia que nos devuelve la mirada del otro). “Nuestra humana indefensión hace que dependamos de la mirada ajena”, dice la psicoanalista Diana Sahovaler de Litvinoff (2016, p. 89), lo que implica que, desde el comienzo de su vida, el sujeto queda -justamente- “sujetado” a la sanción del otro. Ahora bien, ¿cómo podemos pensar el concepto de extimidad, tal como lo entiende el psicoanálisis, en relación con las prácticas de presentación de la vida en las redes sociales?

El psicoanalista y filósofo Robert-Dany Dufour analiza lo que denomina el estadio del espejo televisivo, “un mecanismo espacial y visual diferente y original” (Dufour, 2008, p. 44) en comparación con la metáfora propuesta por Lacan. En el estadio del espejo clásico, el sujeto se identifica con una imagen que tiene un error de base: la inversión entre izquierda y derecha. La identificación subjetiva se apoya sobre esta falla, aquella “línea de ficción” que mencionara Lacan, que genera un rasgo particular de la subjetividad: el sujeto no puede decirlo todo sobre sí mismo ya que “en el fondo de la certidumbre que me constituye hay un error” (2011a, p. 101). La cámara, en cambio, subsana el error del espejo en tanto no hay inversión entre izquierda y derecha. La sensación de desconocimiento de sí mismo experimentada por el sujeto cuando se ve por primera vez en un video o una foto puede explicarse en tanto “no encuentra esta íntima adhesión a sí mismo autorizada por la confusión de la derecha y de la izquierda como la encuentra en el espejo” (Dufour, 2008, p. 45)³. En este punto, Dufour se pregunta: “¿cómo hago para reconocerme en mi intimidad luego que paso de observador a observado, de estar frente al aparato a estar “en” el aparato?” (2008, p. 44). La respuesta que ofrece es simple: no es el sujeto el que se reconoce, sino los otros.

Esto nos lleva al título de este apartado y al interrogante acerca de cómo pensar la extimidad en las redes sociales: al postear algo, el sujeto convoca a la mirada y a la sanción del otro. Estas prácticas pueden pensarse, entonces, como repeticiones de aquel acto inicial de constitución del

2 Tanto aquí como en el resto del ensayo, utilizamos el concepto de narcisismo no en un sentido coloquial (como trastorno o patología) sino como un proceso psíquico necesario para la estructuración de nuestro psiquismo. La unidad psíquica “viene precipitada por una cierta imagen que el sujeto adquiere de sí mismo basándose en el modelo de otro y que es precisamente el yo. El narcisismo sería la captación amorosa del sujeto por esa imagen. (...) Desde este punto de vista, según el cual el yo se define por una identificación con la imagen de otro, el narcisismo no es un estado en el que faltaría toda relación intersubjetiva, sino la interiorización de una relación” (Laplanche y Pontalis, 2006, p. 229).

3 Tal es así, que los sistemas operativos de los teléfonos agregaron la funcionalidad “modo espejo” o la sugerente “selfie invertida” a las cámaras, que guarda la imagen obtenida tal y como la veríamos en un espejo.

yo: imágenes y discursos de sí mismo que el sujeto exterioriza para que el otro se los devuelva, especularmente, desde la pantalla. De esta forma, cuando la intimidad circula en redes sociales y se expone a miradas ajenas “no hace más que develar este origen del yo en lo ajeno” (S. de Litvinoff, 2016, p. 90). El sujeto convoca a la mirada del otro, aún a riesgo de quedar al descubierto. Esto tiene resonancias con la cita de Byung-Chul Han (ver *supra*, 2.1) acerca de la necesidad del sujeto contemporáneo de exhibirse, aún a costa de renunciar a su esfera privada: el temor surge más ante la posibilidad de ser ignorado, no visto ni reconocido por el otro y menos ante la posibilidad de ser descubierto. Así, el empuje contemporáneo a mostrarse en redes sociales, a hacer visible la propia vida, está sustentado en este rasgo estructural de la subjetividad. Podríamos, en un gesto lúdico, reformular el aforismo de Debord: para el sujeto, desde el momento fundante de su constitución psíquica, *parecer* es un paso previo constitutivo -y por ende insoslayable- para *ser*.

Establecimos, vía el estadio del espejo en Lacan, que la conformación del yo tiene al cuerpo como protagonista y que se precipita a partir de una imagen externa que lo muestra completo y en control, al dejar afuera la fragmentación e insuficiencia experimentadas realmente por el sujeto. De esta manera, la identidad se construye a partir de una imagen externa que tiene un rasgo fascinante en tanto “completa la falta y por eso, captura” (S. de Litvinoff, 2016, p. 90). Las redes sociales se convierten en espacios ideales para poner a circular las imágenes propias, en tanto remiten fuertemente a lo visual. Lo hacemos para que nos vean, pero fundamentalmente para vernos a nosotros mismos; “después de todo, la única forma de ver-verse es a través de representaciones”, dice la psicoanalista Roxana Meygide de Schargorodsky (2024, p. 57). Posteamos nuestras imágenes, fuertemente estilizadas, como forma de construir una identidad ideal y buscamos la sanción de esta identidad a través de la mirada del otro (de sus comentarios, sus *likes*). Las redes sociales permiten ciertas identificaciones: las formas estilizadas de autopresentación pueden leerse, primeramente, como “lo que nos gustaría ser”, aunque es posible complejizar esto al señalar que “más justamente representan “el-ser-para-el-otro” que, sabemos, es un “ser-para-sí” (M. de Schargorodsky 2024, p. 58, comillas de la autora).

Esto nos lleva a advertir que lo que el sujeto muestra de sí mismo no suele ser su intimidad, aunque se exhiba en situaciones que podríamos considerar “privadas”. Las imágenes compartidas son más bien una fachada, la construcción de un personaje acorde con lo que la época propone como “ideal” (por ejemplo, mostrarse de forma sexualizada). Se trata de imágenes que, como aquella primera y constituyente que describe Lacan, más que revelar, velan las fallas, aquello que no encaja, lo que no anda. Entonces, aunque parece que todo está a la vista, no todo está mostrado. Como dice certeramente Sahovaler, “la intimidad está en otra parte” (2016, p. 91): en las imágenes que circulan por las redes sociales, aquello que verdaderamente avergüenza o vulnera al sujeto queda siempre fuera. Pero, además, el sujeto no es transparente ni siquiera para sí y, aunque la época empuje al develamiento y la exhibición, la subjetividad siempre conservará sus secretos y enigmas, no sólo para los demás sino, fundamentalmente, para sí misma.

2.4. Dos reflexiones sobre las *selfies* a partir del concepto psicoanalítico de *extimidad*

Dar vuelta la cámara fotográfica y sacarse una foto a uno mismo era una práctica existente en la era analógica, aunque, quizás por su escasa recurrencia, pasara completamente desapercibida. Recién en 2002 aparece el primer uso documentado del neologismo “*selfie*” (Eckel et al, 2018) y, más de una década después, en 2013 el diccionario Oxford la elige la palabra del año. Esto la aleja de ser una moda digital pasajera y sella, de alguna manera, su permanencia entre las prácticas fotográficas establecidas. Actualmente, se comparten en redes sociales más de un millón del *selfies* por día (Pérez, 2023), un pequeño dato cuantitativo que ilustra su masividad. Sin dudas, estas fotografías son un modo de darnos a ver ante los demás, una forma de auto-presentación visual en la arena pública ya que, como dice la historiadora Alice Tifentale (2018), su razón de ser es compartirla con otros. Es muy poco probable que alguien se saque una *selfie* y la guarde en su teléfono; por el contrario, se trata de imágenes que se comparten inmediatamente, ya sea enviándoles a alguien vía WhatsApp o posteándola en redes sociales. Además, es posible detectar en esta tendencia un impulso de “inscripción autobiográfica” (Fontcuberta, 2016): ya no le sacamos una foto a un

paisaje o a una situación sin que estemos nosotros ahí también. Se trastoca una idea central de la fotografía, basada en su fuerza certificadora de un hecho, por el atestiguamiento de nuestra participación en ese hecho: del “esto-ha-sido” al “yo-estaba-allí” (Fontcuberta, 2016, p. 87). En otras palabras, ya no sacamos fotos y las compartimos con otros para mostrar cómo es el mundo sino para mostrarle al mundo cómo somos nosotros. Somos testigos y partícipes de un cambio en la noción de la fotografía, que podría sintetizarse así: “de fotografiar a otros para el autoconsumo a la documentación de uno mismo para el consumo de otros” (Schwarz en Marwick, 2015, p. 141).

¿Cómo llevamos adelante esta práctica, con qué objetivos y qué resultados, cómo el sacar y compartir *selfies* se relaciona con otros aspectos de nuestra vida? La academia ha ensayado diversas respuestas para estas preguntas, una rápida revisión del estado del arte permite detectar diversas formas de abordaje: por un lado, trabajos que describen los rasgos estéticos y las convenciones visuales de la *selfie* o, con el acento puesto en el costado comunicativo, analizan las prácticas sociales que estas imágenes habilitan. Por otro lado, identificamos posiciones antagónicas respecto de cómo interpretar la masividad de este género fotográfico, un debate sintetizado en este interrogante:

¿Es la *selfie* un signo de conformidad, narcisismo y adaptación a una mentalidad de grupo, a una imagería altamente estereotipada y producida por una máquina que circula en la sociedad de consumo contemporánea? O es lo contrario: ¿podemos hablar de un juego libre, creativo, incluso transgresor, con la identidad, el género, la sexualidad y el cuerpo? (Sandbye, 2018, p.305)

Tanto en el ámbito académico como en otros discursos sociales, prácticas digitales como la *selfie* suelen estar signadas por estas dos posiciones diferenciadas: se la concibe como una praxis eminentemente narcisista o, por el contrario, una creativa y productiva. En este último apartado, ofrecemos dos lecturas sobre la *selfie* que, a nuestro entender, complejizan estos debates y permiten pensar por fuera de posicionamientos dicotómicos. Al estar influenciadas por el psicoanálisis, en ambas reflexiones miran más allá (o más acá) de las condiciones culturales y técnicas de producción y circulación de imágenes: el foco está puesto en el sujeto y en la compleja relación que establece con su propia imagen.

El filósofo Hagi Kenaan propone una reflexión sobre las *selfies* a partir del análisis de cómo los sujetos nos relacionamos con nuestra propia cara. Su interpretación parte de una premisa que puede sonar evidente: sacarse *selfies* y postearlas en redes sociales es “un modo de hacerse presente a uno mismo en el dominio público, un modo visual de autopresentación” (Kenaan, 2018, p. 114). Lo que se desprende de esta primera aseveración es que este tipo de fotografía se apoya en una noción específica de identidad: la presentación de nuestros rostros como una denotación inequívoca de quienes somos. Si bien muy simple, es una definición de identidad bastante compartida, por ejemplo, la foto de identidad de un sujeto es, justamente, una foto de su rostro. Ahora bien, la cara ocupa un lugar muy específico en nuestro campo de experiencia visual: por un lado, se encuentra completamente afuera, al exterior y es, por lo tanto, nuestra primera carta de presentación en la esfera pública; por otro lado, y simultáneamente, permanece mayormente invisible para nosotros en tanto sus portadores, constituye un punto ciego en nuestro campo de visión. En línea con el concepto de extimidad, es sólo gracias a una exterioridad que podemos ver nuestro propio rostro: ya sea un espejo o una fotografía, el sujeto depende de una imagen exterior para verse a sí mismo. En palabras de Kenaan: “las imágenes nos permiten ver lo que de otra manera está inscripto en nuestro campo de visión como una invisibilidad” (2018, p. 117).

La cara es una modalidad de autoexpresión, de autopresentación, de exteriorización constante; es, por lo tanto, fuertemente dependiente de su apariencia. Pero ocurre que la noción de apariencia no es sin complicaciones para el sujeto humano, en tanto “mientras en un sentido obvio nuestra apariencia es nuestra, en un sentido más profundo nunca está del todo en nuestras manos” (Kenaan, 2018, p. 117). En este punto, vale retomar aquello de la estructura paranoica del conocimiento del yo según Lacan (2011b): por más que sostengamos ser dueños de nuestra apariencia, hay una brecha insalvable entre cómo nos imaginamos que somos (o cómo nos gustaría aparecer en la esfera pública) y cómo nos perciben los demás. No tenemos control absoluto de nuestra apariencia, lo que significa que nada sabemos de los efectos y lecturas que genera en los demás. En otras pa-

labras, nunca podemos ver cómo somos vistos. Como una alternativa a pensar las selfies en términos de narcisismo desmedido o problemas de autoestima, de práctica creadora o sumida en la lógica espectacular, la perspectiva de Kenaan permite relacionarlas con “una pulsión humana paralela, quizás anterior, que busca aceptar [*come into terms*] la cara que es nuestra pero que no podemos realmente ver” (Kenaan, 2018, p. 118). Esta inhabilidad estructural conlleva una profunda insatisfacción, pero también curiosidad y deseo por superar este punto ciego perturbador, por saber finalmente cómo somos vistos. De esta forma, es posible interpretar todas aquellas prácticas de curaduría de nuestras propias imágenes como intentos -siempre fallidos- de gestión, de control, a los fines de cerrar esa brecha entre cómo nos vemos a nosotros mismos y cómo somos vistos por los demás.

Por otro lado, Boris Groys reflexiona en una línea similar a la propuesta por Kenaan: para el filósofo alemán, en tanto la imagen de nuestro cuerpo es externa a nosotros, “nuestra imagen le pertenece a los demás, a la sociedad en la que vivimos” (2023, p. 9). En su libro *Devenir obra de arte* (2023), comienza señalando que nuestra cultura es calificada como narcisista, en tanto se comprende al narcisismo como la concentración en uno mismo y la falta de interés en los demás. Groys va a discutir con esta idea proponiendo una lectura específica del mito de Narciso: la fascinación del joven con su propio reflejo en el agua, lejos de suponer un acto de excesivo amor propio y reconcentración en sí mismo, demuestra un interés por la imagen de sí que ofrece al mundo. Al mirar al lago, Narciso “puede verse desde afuera tal como lo ven los demás” y, por lo tanto, en ese acto “se incorpora a la sociedad” (Groys, 2023, p. 9). Acá distinguimos la vena psicoanalítica de Groys: trabaja con una concepción de narcisismo alejada de lo meramente patológico para pensarla en línea con Lacan, esto es, como un proceso a partir del cual estructuramos nuestro psiquismo. El deseo narcisista “es el deseo de apropiarse de esa perspectiva pública sobre el propio cuerpo, de verse a sí mismo a través de la mirada de los demás” (Groys, 2023, p. 10). En estas líneas, aparece nuevamente la idea de “cerrar la brecha”, en este caso, entre la experiencia interna del cuerpo como cosa individual y la percepción pública de ese mismo cuerpo, ahora como un objeto en el mundo.

La imagen de Narciso en el lago, “una forma temprana de selfie” (Groys, 2023, p. 12), es una representación y como tal, una zona de mediación entre la propia mirada y la de los demás. Es en esa zona común donde se libra, necesariamente, una lucha por la imagen, la identidad y el estatus, en tanto “producir imágenes es producir un más allá” (2023, p. 20). Esta perspectiva permite pensar los actos de producción de *selfies* como verdaderas acciones que intentan poner al sujeto en control de su imagen, al decidir cómo darse a ver a los demás. Al mismo tiempo, “no podemos gustarnos a nosotros mismos a menos que demos por hecho que le gustamos a la sociedad que vivimos” (2023, p. 12). Esto habilita a Groys realizar algunas reflexiones en torno a la estética y, particularmente, a la moda: en tanto a la sociedad contemporánea le interesa particularmente nuestra imagen pública, aceptamos o rechazamos los dictados de la moda no de forma ciega sino informada, dado que “queremos ser contemporáneos y pertenecer a un determinado entorno cultural, y nuestra estrategia al seguir una moda es el reflejo de ese deseo” (Groys, 2023, p. 27). Esto nos lleva a otra reflexión de Groys ya citada en este trabajo (ver *supra*, 2.1.) respecto de la obligación actual que el sujeto tiene de posicionarse en el campo estético, de embarcarse en un “autodiseño” a través de “prácticas autopoiéticas” (Groys, 2014); dicho en otras palabras, de producirse como obra de arte. Estamos sujetos a una evaluación estética, somos responsables por nuestra apariencia frente al mundo y dirigimos nuestros esfuerzos a construir una imagen propia que sea, al menos, aceptable.

3. Reflexiones finales

Salvo el juego de palabras para señalar algo interno que está al exterior, la noción de extimidad desde el punto de vista del psicoanálisis no tiene elementos comunes con la concepción imperante en las ciencias sociales. Sin embargo, a lo largo de este ensayo nos hemos puesto como objetivo no sólo presentar y explicar este concepto desde la mirada psicoanalítica, sino también dar cuenta de su potencia analítica a la hora de pensar ciertos fenómenos sociales contemporáneos. A nuestro

entender, esta potencia radica en varios aspectos: por un lado, el psicoanálisis tiende a evitar la dicotomía y el pensamiento disyuntivo, lo que le permite poner a jugar de otra manera los pares interior/exterior o privado/público. Así, puede decirse que los sujetos construyen su identidad siempre en relación con otros y que lo más íntimo de cada uno se edifica a partir de una relación estrecha con el exterior, con nuestros semejantes. Por otro lado, la perspectiva psicoanalítica habilita un análisis que suspende, momentáneamente, las consideraciones contextuales para centrarse en rasgos estructurales del psiquismo. La relación constitutiva que el sujeto establece con el otro, el lugar protagónico de la imagen en los procesos de conformación del yo, su carácter siempre ilusorio y alienado son cualidades del psiquismo que permanecen, independientemente de la radicalidad de los cambios históricos.

Al mismo tiempo, el psicoanálisis sabe la importancia de “unir a su horizonte la subjetividad de la época”, como recomendó Lacan (2011c). Analizar las características de cada época permite distinguir diferentes tonalidades que el *zeitgeist* -el espíritu del tiempo- le imprime a la subjetividad, contra un fondo de rasgos estables. Al comienzo de este ensayo, de la mano de Sibilia y otros autores de la filosofía y las ciencias sociales, puntualizamos algunas cualidades específicas de nuestro tiempo, acompasadas por los medios digitales e Internet: la traducción de la experiencia humana en imágenes, que “deben” ser puestas a circular para ser vistas y confirmadas, la espectacularización de la personalidad a los fines de ser percibida en un ecosistema saturado de estímulos cada vez más potentes, la customización del cuerpo y de la apariencia en general de acuerdo a parámetros estéticos contemporáneos, la velocidad, la instantaneidad, la interactividad. Las características de las actuales tecnologías de la imagen también estimulan su producción: la digitalización y simplificación de los procesos, su maleabilidad y transmisibilidad, la relativa gratuidad, la desacralización de la fotografía como arte reservado sólo a profesionales. Hoy, estamos rodeados de imágenes, que producimos, ponemos a circular y consumimos casi de manera constante.

Como señalamos al comienzo, estas características de la época encuentran ecos nítidos en la estructura de nuestra psiquis. El psicoanalista Luiz Izcovich (2015) hablará del “matrimonio exitoso” entre un discurso actual que señala qué hacer y cómo hacerlo (discurso capitalista, diríamos desde Lacan) y una cualidad clave de nuestra constitución psíquica. El mensaje del discurso actual es que la imagen es fundamental y que debe imperar sobre cualquier otra consideración; la constitución psíquica, por su parte, sólo se alcanza gracias al paso por la imagen propia que proviene del otro. Señalamos la coincidencia, pues permite comprender la pregnancia de este discurso: efectivamente, la constitución del sujeto requiere, en un primer momento, verse a sí mismo en imágenes que son reflejadas y sancionadas por el otro. En ambos casos, entonces, la imagen ocupa un lugar central como sostén de la existencia del sujeto. Hoy, con la preponderancia de los medios digitales y las formas visuales de autopresentación, podemos interpretar cada *selfie* y, en general, toda imagen de exhibición de sí, como repeticiones de aquel acto inaugural de nuestra psiquis. Así, vale preguntarnos si cada foto que subimos a nuestras redes sociales no sería un intento de resolver el inextricable enigma de la subjetividad: ¿quién soy? pero fundamentalmente, ¿quién soy yo para el otro?

Ahora bien, Dufour dirá que “cada tecnología aporta su propia perversión” (2008, p. 44), una sentencia que habilita a preguntarnos por las derivas posibles de este estado de las cosas. Por ejemplo, cómo se ponen en juego ciertas modalidades de la pulsión escópica, aquella que articula mirada y placer en la constitución subjetiva, en un escenario donde miramos y somos mirados casi constantemente o, como propone Groys (2023), cómo pensar el estadio del espejo en un régimen comunicacional dominado por pantallas digitales, donde niños y niñas crean y comparten *selfies* incluso antes de empezar a hablar. Dejamos señalados estos interrogantes como posibles temáticas para ser abordadas con herramientas tanto del psicoanálisis como de las ciencias sociales; un cruce que, como esperamos haber demostrado en este artículo, ofrece potencia analítica y nuevas perspectivas de interpretación.

Referencias bibliográficas

- Auglanier, P. (1977). *La violencia de la interpretación*. Amorrortu.
- Berardi, F. (2017). *Fenomenología del fin. Sensibilidad y mutación conectiva*. Caja Negra.
- Calzetta, J. J. (2011). Producción de subjetividad y constitución psíquica: lo que permanece y lo que cambia a través de la historia. *Revista Universitaria de Psicoanálisis*, 11, 43-55. http://www.bivipsi.org/wp-content/uploads/RUP_2011-3.pdf
- Castoriadis, C. (2002). Las raíces psíquicas y sociales del odio. En AAVV, *Guerra y muerte*. Editorial FICA. (pp. 65-88).
- Debord, G. (1995). *La sociedad del espectáculo*. Editorial La marca.
- Dufour, D.R. (2008). *O Divino mercado: a revolução cultural liberal*. Companhia de Freud.
- Eckel, J., Ruchatz, J., & Wirth, S. (2018) *Exploring the Selfie. Historical, Theoretical, and Analytical Approaches to Digital Self-Photography*. Palgrave Macmillan.
- Fontcuberta, J. (2016). *La furia de las imágenes: Notas sobre la postfotografía*. Galaxia Gutemberg.
- Freud, S. (2010a) Proyecto de psicología (1985). En Strachey, J. (Ed.) *Obras Completas, Vol. I*. Amorrortu, pp. 323-446.
- Freud, S. (2010b) Psicología de las masas y análisis del yo (1921). En Strachey, J. (Ed.) *Obras Completas, Vol. XVIII*. Amorrortu, pp. 63-136.
- Freud, S. (2010c) Tres ensayos de teoría sexual (1905). En Strachey, J. (Ed.) *Obras Completas, Vol. VII*. Amorrortu, pp. 109-224.
- García-Arroyo, J. M. (2022). El estadio del espejo: antecedentes y fenomenología. *Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría*, 42(142), pp.29-47. <https://dx.doi.org/10.4321/s0211-57352022000200003>
- Groys, B. (2014). *Volverse público: las transformaciones del arte en el ágora contemporánea*. Caja Negra.
- Groys, B. (2023) *Devenir otra de arte*. Caja Negra.
- Han, B. C. (2015). *La agonía del Eros*. Herder.
- Han, B. C. (2021). *No Cosas. Quiebras del mundo de hoy*. Taurus.
- Izovich, L. (2015). Sobre la identificación y la alienación. *Desde el Jardín de Freud* 15, pp. 81-90. DOI: 10.15446/dfj.n15.50489
- Kenaan, H. (2018). The Selfie And The Face. En Eckel, J., Ruchatz, J., & Wirth, S.(eds) *Exploring the Selfie. Historical, Theoretical, and Analytical Approaches to Digital Self-Photography*. (pp. 113-130). Palgrave Macmillan.
- Lacan, J. (1985) El mito individual del neurótico (1953). En *Intervenciones y textos I*. Manantial (pp.37-59)
- Lacan, J. (1988). Breve discurso en la O.R.F.T. (1966). En *Intervenciones y textos II*. Manantial. (pp. 35-42)
- Lacan, J. (2011a) El estadio del espejo como formador de la función del yo [je] tal como se nos revela en la experiencia psicoanalítica. (1949). En *Escritos 1. Siglo XXI*. (pp. 99-106)
- Lacan, J., (2011b). Acerca de la causalidad psíquica (1946). En *Escritos 1. Siglo XXI*. (pp. 151-192)
- Lacan, J. (2011c) Función y campo de la palabra y del lenguaje en psicoanálisis (1953). En *Escritos 1. Siglo XXI*. (pp. 231-310)
- Laplanche, J. y Pontalis, J. (2006). *Diccionario de Psicoanálisis*. Paidós
- Marwick, A. E. (2015). Instafame: Luxury selfies in the attention economy. *Public culture*, 27 (75). pp. 137-160. <https://doi.org/10.1215/08992363-2798379>
- Mazzuca, R, Bleynat, H., Mazzuca, S., Ayerza, R., Calzado, A., Donatello, I; Greiner, G., Sánchez, J., Smejkal, O. y Tendlarz, E. (2005). La identificación en el primer Lacan. *XII Jornadas de Investigación y Primer Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur*. Universidad de Buenos Aires. Recuperado de: <https://www.aacademica.org/000-051/374.pdf>
- Meygide de Schargorodsky, R. (2024) Intimidad reconfigurada. En Sahovaler, J. (comp) *Psicoanálisis, entre lo analógico y lo digital*. APA Editorial. (pp. 47-64)
- Miller, J.A. (2010) *Extimidad. Los cursos psicoanalíticos de Jacques-Alain Miller*. Paidós.
- Pérez, X. (2023, 10 de mayo). La tendencia del autorretrato. ¿Qué dice la ciencia sobre el fenómeno imparable de la selfie? *Agencia de Noticias Científicas*. Recuperado de: <https://agencia.unq.edu.ar/?p=12159>

- Puelles Romero, L. (1999). Interiores del alma. Lo íntimo como categoría estética. *Thémata*, 22, 241-247.
- Quintana, A. (2003). *Fábulas de lo visible, el cine como creador de realidades*. Acantilado.
- Sadin, É. (2017). *La humanidad aumentada: la administración digital del mundo*. Caja negra.
- Sahovaler de Litvinoff, D. (2016) *El sujeto escondido en la realidad virtual*. Letra Viva.
- Sandbye, M. (2018). Selfies and Purikura as Affective, Aesthetic Labor. En Eckel, J., Ruchatz, J. & Wirth, S. (eds). *Exploring the Selfie. Historical, Theoretical, and Analytical Approaches to Digital Self-Photography*. Palgrave Macmillan. pp. 305-326.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica.
- Tifentale, A. (2018). The Selfie: More and Less than a Self-Portrait. En: Moritz & Neumüller (Eds) *Routledge Companion to Photography and Visual Culture*. Routledge. pp. 44-58
- Türcke, Ch. (1995). La sociedad de la sensación. *Humboldt* n° 115, Año 37, pp.10-13.
- Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.
- Viñal, C. (2020). Ese íntimo desconocido. *Ética y Cine Journal*, 10(3), 13-18.
<https://doi.org/10.31056/2250.5415.v10.n3.30880>
- Wajcman, G. (2011). *El ojo absoluto*. Manantial.