

La construcción de identidad en la sociedad actual y las nuevas tecnologías

Director Unidad de Coordinación de Políticas de Juventud: Dr. Ezequiel Fernández Langan
Autora: Lic. Nancy Fontana

Los jóvenes de hoy son la primera generación que ha nacido con televisión, Internet y celular en su casa o en su barrio.

Los cambios suscitados en el último siglo, marcados en su mayoría por la irrupción de modernas tecnologías (teléfono, la radio, la televisión, el cine, Internet, y más recientemente la aparición de la web 2.0.), revolucionaron la comunicación entre las personas y los modos de producción económica y cultural.

Mucho es lo que se ha planteado y se plantea sobre el impacto de las nuevas tecnologías en la subjetividad y en los modos de relación social de los adolescentes y jóvenes actuales. Es habitual la aparición de artículos periodísticos en los diarios y revistas de actualidad en relación a la sobredependencia de los jóvenes a la pantalla, así como la aparición de tribus urbanas asociadas a los nuevos espacios ofrecidos en Internet (fotologs, blogs, chat, etc.), los nuevos códigos de relación entre los sexos, la aparición de ídolos producidos por estos medios, entre otros.

Es claro que la sociedad está cambiando en relación a los valores sostenidos en otras épocas, sobre todo en lo referente a la sexualidad y a los modos de conformación de los vínculos: familias que se constituyen y deshacen en poco tiempo, la sobrevaloración del individuo por sobre los vínculos y lazos, la tendencia a cambiar de gustos y de experiencias en corto plazo, y la mayor valoración de los gustos e intereses personales en la conformación de las relaciones sociales.

Este artículo intenta profundizar en las diversas miradas y lecturas sobre estos temas.

Algunos planteos superficiales subrayan la influencia negativa de las nuevas tecnologías, y ubican la causa de ciertos malestares actuales en éstas: lazos débiles, rápida conexión y desconexión de los lazos sociales, inestabilidad en los vínculos, exceso de violencia y de sexo en la pantalla.

Otras lecturas, más profundas, explican los cambios culturales ubicando como causas de la debilitación de los lazos sociales a la declinación de ideales y valores, la mayor fragilidad de los vínculos familiares, y la desvalorización de la autoridad paterna y sus sustitutos por un lado, junto a la sobrevalorización de los avances científicos y técnicos, que ubican a la Ciencia y al Individuo como un nuevo Dios, por otro.

Un recorrido por las ciencias sociales

Roxana Morduchowicz plantea en su libro “Los jóvenes y las pantallas” que el nuevo contexto social promueve experiencias culturales distintas, nuevas maneras de sentir, de ver, y por ende de construir identidad. Para la mayoría de los jóvenes la cultura popular (entendida como la cultura audiovisual y mediática en general) es el lugar desde el cual dan sentido a su identidad.

La cultura popular de los jóvenes en la actualidad incluye los grandes espacios masivos, como los recitales, shoppings, canchas y también los espacios solitarios y refugiados del afuera como la cultura de la habitación, en la que se puede ver televisión, mandar mensajes de texto y chatear simultáneamente. La lectura no lineal, hipertextual en la que pueden realizar varias tareas a la vez, es una de las grandes transformaciones que ha producido Internet. Esto va delineando y construyendo, en parte, la forma en que conciben el mundo. Es así que los jóvenes actuales están acostumbrados a relacionar y a comparar con mucha rapidez y también con más fragmentación.

La cultura popular es el lugar donde los jóvenes definen su identidad, ya que les pertenece. Es allí, en el marco de las expresiones culturales donde los jóvenes se vuelven visibles y se constituyen como actores sociales. Los medios de comunicación, la computadora, la web 2.0, los recitales, las canchas son los nuevos medios que constituyen la cultura popular de hoy.

El sociólogo Román Gubern, sostiene que los medios de comunicación tecnológicos (junto con los nuevos modos de producción económica) han potenciado el polo privado de la comunicación, propiciando el ocio y el trabajo dentro del hogar y provocando una mayor tendencia a la reclusión hogareña, sobre todo en las grandes ciudades. A esto lo denomina claustrofilia, acentuando de esta manera por un lado la vertiente protectora del hogar, pero también la otra vertiente, más negativa, que genera la sensación de que el otro es aquel que invade mi tranquilidad y bienestar. La sociedad de consumo fomenta la insolidaridad y el antagonismo: el Otro es el que ocupa el lugar que yo quiero, que compra lo que yo quiero, es decir que es mi enemigo o competidor.

En relación a esta cultura claustrofílica Gubern menciona como una de sus características: la “teleadicción incondicional” que viene asociada, en la que “el pueblo (sujeto político activo) se hace público (sujeto massmediático pasivo)”, fenómeno al que asocia el de “computadicción” y que se puede generalizar como “sobredependencia de la pantalla”.

En el otro polo de la dialéctica de la socialización ubica otro concepto acuñado por él: la agorafilia, y la describe como: “la masificación en el ámbito público (que tiene sus escenarios en las calles, plazas, estadios, fábricas, oficinas, discotecas, playas, etc.)”. Allí priman valores como los de fiesta, comunidad, la extroversión, la aventura, las nuevas relaciones y la fuga de la soledad.

Este autor también propone que dado que del polo y el ocio claustrofílico se encargan las grandes industrias del sector electrodoméstico y de los medios de comunicación, las políticas culturales de los poderes públicos deberían incentivar el ocio agorafílico, promoviendo los festivales y el encuentro entre las personas en medios creativos y fuera del circuito hogareño.

Otro autor relevante, Manuel Castells, sostiene que Internet es el medio de comunicación y de relación esencial sobre el que se basa la nueva forma de sociedad en que vivimos, que es la “sociedad red”, sociedad cuya estructura está construida en torno a redes de información. Para este autor Internet no es solo una tecnología: él la ubica como el modelo de la forma organizativa de nuestras sociedades, es el equivalente a lo que fue la factoría en la era industrial o la gran corporación en la era industrial. Sostiene que a pesar de ser tan importante, aún no se conoce

mucho sobre ella y es por eso que se generan mitos y actitudes exageradas en relación a esto. Si se busca el origen de Internet se descubre que a pesar de los mitos que se le atribuyen, la red nace como un instrumento de comunicación libre, creado de forma múltiple por diferentes sectores (militares, empresarios, científicos), por gente y por innovadores que buscaban un instrumento de comunicación libre.

En relación al tema de la sociabilidad este autor refiere que alrededor de Internet se construyen fantasías de futurólogos o periodistas mal informados: esto en relación a que Internet aliena, aísla, lleva a la depresión o bien que es un mundo extraordinario, idealizado por su posibilidad de libertad y de que todo el mundo esté en comunidad. Plantea que Internet no cambia en nada comportamientos, sino que los comportamientos se apropian de este instrumento, y se amplifican y potencian. Analiza las comunidades virtuales planteando que estas también generan sociabilidad, relaciones y redes de relaciones humanas, pero son diferentes a las comunidades físicas, en tanto se organizan en base a intereses individuales, considerando el alto grado de valorización que la cultura actual tiene en el yo y en el individuo.

Internet es una herramienta sumamente valiosa, impensada hace unos años atrás, sobre todo como fuente de información y como medio de comunicación y de socialización. En la actualidad es posible encontrar todo tipo de material en la red, pero es necesario saber cómo buscar, cómo procesar la información, y cómo transformarla en conocimiento para lo que se quiere realizar. Esta capacidad de saber qué hacer con lo que se aprende es socialmente desigual en la actualidad y está ligada al capital cultural y al nivel y la calidad de la educación recibida. Según Castells, es ahí donde está la división o brecha digital en estos momentos.

La revolución 2.0

En los últimos años, se están suscitando nuevos acontecimientos interesantes de destacar: la creación de la web 2.0 permite ubicar al usuario como productor de contenidos y es así que se está observando un aumento exponencial de los blogs, fotologs, un gran crecimiento de los sitios para compartir videos como You Tube o de las redes de relaciones sociales como MySpace y Facebook. Algunos lo denominan: “la revolución de la web 2.0”. En el marco de esta revolución han aparecido nuevos ídolos, personas comunes que saltan a la popularidad en muy poco tiempo, a partir de relatar y describir su propia vida, minuto a minuto, como es el caso de Lola Copacabana o de la adolescente Cumbio, quien también estalla en popularidad a partir de su fotolog, en el que se multiplican las imágenes de los instantes cotidianos, algunos importantes y otros insignificantes de su vida.

En esta misma línea podemos ubicar a los reality shows y a la posibilidad de conexión ilimitada, tanto por parte de los famosos (a los que se pueden seguir constantemente) o por parte de cualquiera de nosotros, que no sólo podemos trabajar desde nuestros hogares, sino en los medios de transporte y en cualquier rincón del mundo en el que exista Wi Fi.

Para leer estos fenómenos me interesa destacar los aportes realizados por Paula Sibilia quien estudia particularmente las relaciones entre la sociedad moderna, las pantallas y la identidad. En su libro “La intimidad como espectáculo” describe la atmósfera contemporánea como estimuladora de la hipertrofia del yo, que premia el deseo de ser distinto y querer siempre más, y la exaltación del yo como gran protagonista de la historia. Observa a partir de estos hechos, un desplazamiento

desde el interés por las obras hacia las vidas de sus autores que son mucho más conocidos por sus apariciones en blogs, ferias o medios que por sus creaciones, y donde éstas parecen meros accesorios de la personalidad.

Al examinar de cerca estos nuevos hábitos de autoexhibición, sobre todo en Internet, esta autora destaca que la principal creación de las personalidades que tanto proliferan en la web es su yo. Su principal obra es su personalidad. Los textos e imágenes autorreferenciales que producen, contribuyen a valorizar el yo que habla. Estos nuevos hábitos están relacionados para ella, con la creciente relevancia que se le atribuye en esta época al mercado de las apariencias. En un entorno sociocultural que sólo concede valor a lo que se ve, se puede vender y comunicar, hay que cuidar la propia imagen y posicionar el nombre como una marca, y para eso se utilizan tácticas de marketing personal.

La identidad se construye con los Otros

La denominación Otro es utilizada por el psicoanálisis para representar al Otro u Otros significativos, que ocupan un lugar de referente en la constitución de la subjetividad, a través de los modelos e identificaciones que estos le aportan. El sujeto se constituye en función de esa relación con el Otro, que incluye a los padres, los docentes, la cultura en general. Es el Otro el lugar desde donde el sujeto podrá mirarse y dar significado a lo que le ocurre a él y lo que observa en el mundo circundante.

Desde la psicología se le atribuye gran relevancia a la función socializante de la familia, pero ésta, inevitablemente, transmite las representaciones sociales vigentes en el contexto socio histórico al que pertenece, esto es la cultura actual, cómo se vive y se piensa en un momento determinado en tal o cual contexto definido. A medida que transcurre la vida de una persona se van sumando vínculos, que complejizan los soportes identificatorios. En nuestra sociedad actual ocupan un lugar relevante la escuela, el ámbito laboral, las entidades intermedias, y en la actual sociedad red, también están siendo cada vez más importantes los lazos que se constituyen en la comunidad virtual y cómo incide esta red de relaciones infinitas en las expectativas y posibilidades de un sujeto.

Uno de los problemas más graves descriptos por los psicólogos en relación a la actualidad es la dificultad que tienen los adultos para constituirse en referentes de los jóvenes, esto es en Otros. Los modelos actuales también están fragmentados y son poco consistentes o directamente inexistentes. O son obsoletos y se refugian en formas antiguas, desconociendo la nueva cultura popular, o se volatilizan o liquidifican en imágenes veloces que impulsan al consumo y a gozar de todo sin límites. Esto promueve desmovilización en los jóvenes, en tanto los adultos con los que se supone tienen que confrontar y diferenciarse ya no pueden aportar algunos modelos ciertos.

En relación a la escuela y los docentes, en nuestro país se han realizado estudios muy interesantes sobre los nuevos modos de relación entre adolescentes y jóvenes basados en los cambios producidos por las nuevas tecnologías. En ellos se plantea que dado que la escuela media es el lugar por excelencia en el que los adolescentes están y es el marco en el que se desarrollan lazos sociales importantes, sería fundamental que allí se acepte la cultura popular actual, y que se reconozca el saber que los chicos obtienen de las nuevas tecnologías. A partir de

esta aceptación, se tratará de poder acceder con ellos a un nivel de diálogo más profundo, en donde se pueda debatir desde cómo obtener la información deseada, hasta qué mensajes se les está transmitiendo en este nuevo contexto social actual.

Las nuevas generaciones están participando de una cultura nueva, que es ajena a los docentes y adultos que están en la función de formarlos. Los jóvenes saben más sobre la nueva cultura macro que los docentes y esto genera una asimetría invertida que dificulta la construcción de la autoridad. Es preciso escucharlos más y generar relaciones más horizontales y desde allí intervenir para ayudarlos con los temas que más le preocupan, que no son tan diferentes a los de otras épocas: cómo construir un futuro, cómo relacionarse con el otro sexo, formar una familia o cómo conseguir un trabajo digno, que garantice alguna estabilidad.

Sería importante que estos hábitos propuestos por la nueva sociedad, puedan ser pensados por los jóvenes para que no sean simplemente “asimilados acríticamente”, sin permitirse al menos la pregunta de cómo quieren ellos relacionarse con estas nuevas tecnologías, para poder acceder a lo que realmente les preocupa que seguramente tiene que ver con la aceptación de los demás, la preocupación por un futuro más alentador y la comprensión de una sociedad que en general no tiene tiempo para comprenderlos a ellos.

Bibliografía:

Castells, Manuel “La sociedad red”, Alianza Editorial, 2006.

Gubern, Roman. “Claustrofilia vs. agorafilia” en la sociedad psotindustrial,

Morduchowicz, Roxana. “Los jóvenes y las pantallas. Nuevas formas de sociabilidad”. Gedisa, 2008

Sibilia, Paula. “La intimidad como espectáculo”, Fondo de Cultura Económica, 2008.