



Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales

Programa Uruguay

Maestría en Educación Audiovisual

1era cohorte 2020 - 2022

**Subjetivación y control de las adolescencias a través de la red social Instagram.
Estudio de casos en jóvenes de 18 a 20 años pertenecientes a familias
uruguayas de clase media y media alta.**

Título: Educación audiovisual y sociedad. Consumos y prácticas audiovisuales
contemporáneas

Tesis para obtener el grado de Maestría en Educación Audiovisual

Presenta:

Rossana Judith Pérez Fernández

Director de Tesis: Dr. Alejandro Gortázar

Montevideo, Uruguay

“El espacio virtual es un infierno de igualdad.”

“El hiperespacio es un espacio completamente híbrido y promiscuo donde todo se entremezcla y se conecta en red con todo lo demás, un espacio donde se han eliminado los marcadores culturales y territoriales, un espacio marcado por una falta total de distancia.”

Byung-Chul Han (2020)

Índice

Índice.....	3
Agradecimientos.....	5
Resumen.....	7
Abstract.....	8
Introducción.....	11
Problema de investigación.....	11
Justificación.....	12
Antecedentes - Estado de la cuestión.....	15
Objetivos.....	20
General.....	20
Específicos.....	20
Marco teórico.....	21
La muerte del sujeto.....	21
Identidad o identificaciones.....	29
Fabricación de subjetividad.....	31
Agenciamientos de enunciación.....	33
Configuración semiótica de los nuevos sujetos.....	36
La creación de realidad.....	38
La educación en los contextos actuales de subjetivación.....	40
Marco Metodológico.....	44
Descripción de las técnicas.....	48
Observación.....	48
Entrevistas.....	49
Focus group.....	50
Diario de campo.....	51
La presunción del yo mismo: jóvenes en Instagram.....	52
Análisis de Datos.....	52
Gramáticas de la realización del yo.....	56
La ilusión del “sí mismo”.....	57
Vidas monológicas y guionadas.....	61
“Nuevos rituales de apareamiento”.....	64
“Yo soy mi empresa”.....	68

La circulación del conocimiento fuera de la institucionalidad educativa formal: el aula <i>Big Data</i>	71
Conclusiones.....	77
Referencias bibliográficas / Webgrafía.....	84
Anexos.....	87
Gráfico 1.....	87
Gráfico 2.....	88

Agradecimientos

Agradezco a la gente de FLACSO por abrir unos nuevos campos de estudio y permitirme participar y por su disposición absoluta al acompañamiento, la orientación y la construcción conjunta.

A Alejandro Gortázar, quien accedió a ser mi tutor, dueño de una mirada particular tanto desde lo académico como desde lo educativo, con quien fue una fortuna coincidir.

A mi hijo, Santiago, por ser mi interlocutor en todo el proceso de trabajo: desde las preguntas iniciales, todo el maravilloso recorrido teórico y empírico hasta la lectura final del presente texto.

A los y las jóvenes en general que me han animado a pensarlos y pensarnos a partir de sus explicaciones del mundo y me invitan cada día a seguir creyendo en la humanidad.

Resumen

El presente trabajo parte de la idea de que la construcción de subjetividad por parte de las nuevas juventudes se encuentra, no solo mediada, sino determinada por el uso de las redes sociales, en especial Instagram. Las nuevas juventudes aprenden a ser sujetos en el marco de las experiencias que viven en virtud de los significantes que generan o que consumen en Instagram, y otras redes sociales.

En este marco, la educación formal, pierde su supremacía en cuanto a la formación de las nuevas generaciones y debe realizar un ejercicio de revisión de sus contenidos, metodologías y, sobre todo, mecanismos de acreditación para convertirse en una oferta a la que los individuos deseen acceder. De esta manera, los usos y consumos audiovisuales actuales no solo destacan por la diferencia con los usos anteriores sino, y particularmente, porque favorecen unas experiencias performativas que devienen en unas formas nuevas de constituirse en sujeto, aun a costa de la singularidad de los participantes.

Esta investigación tomó como método la Teoría Fundamentada, básicamente por la posibilidad que esta ofrece de producir nuevas categorías y robustecer la producción teórica ya existente en relación con los conceptos cultura, individuo, sujeto, subjetividad, discurso y aprendizajes, en las condiciones socio - históricas actuales en que las juventudes se desarrollan y actúan. En el marco de la Teoría Fundamentada se utilizaron como técnicas: el estudio de caso, la entrevista en profundidad, la observación directa, el *focus group*, el diario de campo y la revisión bibliográfica. El estudio empírico se enfocó en una población comprendida por jóvenes uruguayos de 18 a 20 años, pertenecientes a unos contextos de procedencia socioeconómicos medios y medios-altos.

Luego de un proceso de más de un año de trabajo de campo, se establecieron las categorías y dimensiones que dan cuenta del análisis, la interpretación y los diferentes mecanismos de codificación empleados. Se definieron cinco categorías agrupadas en una categoría central que se denominó la presunción del sí mismo. A su vez, cada una de las categorías fue analizada a partir de las dimensiones: sujeto, objeto, historia, contexto y

relaciones, a fin de dar cuenta de ciertas lógicas que operan en las construcciones de subjetividad por parte de, en este caso, los y las jóvenes.

Se pretende que el trabajo realizado sirva como insumo para educadores y docentes, así como también como punto de partida para iniciar unos ejercicios de discusión urgentes y necesarios con el fin de que nuestras prácticas educativas sean, efectivamente, válidas y productivas en los contextos de las sociedades actuales y futuras.

Abstract

The present work is based on the idea that the construction of subjectivity by the new youth is not only mediated, but determined by the use of social networks, especially Instagram. The new youths learn to be subjects within the framework of the experiences they live by virtue of the signifiers they generate or consume on Instagram and other social networks.

In this framework, formal education loses its supremacy in terms of the training of new generations and must review its contents, methodologies and, above all, accreditation mechanisms to become an offer that individuals they wish to access. In this way, the current audiovisual uses and consumption not only stand out for the difference with previous uses but, and particularly, because they favor performative experiences that become new ways of becoming a subject, even at the cost of the singularity of the participants.

This research took the Grounded Theory as a method, basically because of the possibility it offers to produce new categories and strengthen the already existing theoretical production in relation to the concepts of culture, individual, subject, subjectivity, discourse and learning, in the socio-cultural conditions. current historical events in which youths develop and act. Within the framework of the Grounded Theory, the following techniques were used: the case study, the in-depth interview, direct observation, the focus group, the field diary and the bibliographic review. The empirical study focused on a population comprised of young Uruguayans between the ages of 18 and 20, belonging to medium and medium-high socioeconomic backgrounds.

After a process of more than a year of field work, the categories and dimensions that account for the analysis, interpretation and the different coding mechanisms used were established. Five categories were defined, grouped in a central category that was called the presumption of the self. In turn, each of the categories was analyzed from the dimensions: subject, object, history, context and relationships, in order to account for certain logics that operate in the constructions of subjectivity by, in this case, the young men and women.

It is intended that the work carried out serve as input for educators and teachers, as well as as a starting point to initiate some urgent and necessary discussion exercises so that our educational practices are, effectively, valid and productive in the contexts of current and future societies.

Introducción

El presente trabajo, enmarcado en la Maestría de Educación Audiovisual, integra la línea de investigación 3 propuesta por Flacso: Educación audiovisual y sociedad. Consumos y prácticas audiovisuales contemporáneas. En este contexto, se tomó la opción de incursionar en algunas de las prácticas frecuentes en las que los y las jóvenes ponen al servicio de su propia vida de expresión y de relación conocimientos propios del campo audiovisual. Luego de un trabajo de indagación previo, se llegó a la determinación de situar la presente investigación en el uso particular de la red social Instagram, problematizando los impactos, en términos subjetivos, que la pertenencia a dicha red podría tener en los usuarios jóvenes. De esta manera se definió el problema de investigación que sigue.

Problema de investigación

El uso de los dispositivos tecnológicos de fotografía, filmación y edición, sumado a la disponibilidad de acceso y difusión del material elaborado con dichos dispositivos, inciden directamente en la construcción de las identidades de las nuevas juventudes. En ese marco, se proponen unas formas particulares de ser joven (“cool”, “influencer”, “youtubers”, “posteador”, “likeado”, “seguido”, “stalkeado”) en las que el sujeto se convierte en contenido para ser compartido con una comunidad, con sus consecuencias performativas en el marco de la construcción de subjetividad y, al mismo tiempo, con una gran carga de dominio conductual, ideológico y de consumo por parte de los mercados de redes sociales. Las adolescencias y juventudes se convierten en un producto de consumo que repercute en la concepción íntima de sí mismo, por parte del sujeto.

Parece apreciarse, en este sentido, un desplazamiento de la necesidad de ser reconocido por el entorno inmediato hacia el entorno mediático.

La constitución de su yo en contenido, por parte de las adolescencias y juventudes actuales, implica la realización de, al menos, las siguientes acciones: performance, producción, investigación, competencia, aprendizaje, inversión en lo que se desea “mostrar” y en algunos casos elaboración de guion y puesta en escena. Todos fenómenos que requieren de unos tipos

particulares de conocimientos que circulan en las plataformas de redes sociales y se transmiten por unos intercambios comunicativos y educativos con rasgos propios de los procesos de educación informal.

Desde un acercamiento intuitivo al tema, este fenómeno pareciera fomentar una pérdida de la singularidad a cambio de la uniformidad, de la pertenencia.

La investigación consistió en un estudio de imágenes y videos que permitieron interpretar qué muestran los jóvenes, convertidos en contenido mediático, al mismo tiempo que identificar el rol educativo-formativo de dichas prácticas como ámbito de construcción de significados y una interpretación de las explicaciones que los protagonistas dan a sus “vidas” en Instagram.

Por otra parte, la elección y definición del problema se justifica en un interés profesional y personal por entender y actuar en el mundo contemporáneo de las maneras más asertivas posibles.

Justificación

Si bien la irrupción de las redes sociales y la apropiación por parte de las juventudes de los diferentes medios y plataformas que han surgido en los últimos tiempos constituyen temas de interés de académicos de variadas disciplinas que estudian los comportamientos individuales y colectivos, así como los fenómenos políticos y culturales que definen nuestras sociedades actuales, se considera que la mirada particular propuesta, bien podrá entrar en diálogo con otras voces de autoridad e incluso complementarlas o hasta interpelarlas.

Las sociedades occidentales en su conjunto se encuentran atravesadas por los nuevos procesos de comunicación hipermedial, pero, y lo que es de interés particularmente al presente trabajo, por las nuevas formas de comunicación entre los individuos. Lo que hasta no hace mucho se explicaba

desde las teorías de los estudios culturales o de la *mass media*, hoy ha trascendido la esfera de lo público y ha devenido en micromundos que se interrelacionan en universos mediatizados por las tecnologías de la información y la comunicación y las nuevas posibilidades de establecer contactos, mediante un corrimiento de la atención de los sujetos hacia las vidas privadas de individuos y sus contextos de convivencia.

Mediante este tratamiento del tema, interesa particularmente lograr una comprensión cabal y situada en los datos provenientes de las realidades presentes, en relación con los posibles vínculos que podrían existir entre la constitución de los sujetos, en su tránsito por la adolescencia y primeros años de su juventud, en contenidos mediáticos, y la formación de su identidad y singularidad. Se considera, en este sentido, que la construcción de la identidad de los individuos contemporáneos podría encontrarse, no solo influenciada – desde la mirada más ingenua del tema – sino mandatada y controlada convenientemente por intereses corporativos y políticos para los cuales son necesarias unas particulares formas de ser sujetos.

El corrimiento de la atención de los usuarios de las redes sociales, desde los relatos de acontecimientos de impacto colectivo a propuestas de exposición de aspectos de las vidas privadas de personas –o la ilusión de que lo sean- daría la sensación de que, al menos como práctica, se está asistiendo a unas eficientes nuevas formas de control social y político. En este sentido, aparentemente el universo de usuarios no se limita a jóvenes –si bien muchos de ellos invierten varias horas del día a esta suerte de voyeurismo contemporáneo- sino que alcanzaría a personas de todas las edades y de diferentes rasgos identitarios de carácter social, económico, académico y de estatus socioeconómico.

El presente trabajo pondrá en diálogo las evidencias de los fenómenos constituidos en objeto de estudio con las voces de varios autores y autoras que ayuden a comprender conceptos claves en este entramado de circulación de contenido –sujetos- en *Instagram*, tales como: la preeminencia del significante y su correlato en el vaciamiento de referentes de las imágenes, nuevas comunidades, nuevas formas de establecer vínculos, nuevos modos de aprendizaje y nuevas modalidades de inserción al mercado laboral.

Es necesario, incorporar el concepto de imagen como presencia del cuerpo en el mundo, un mundo virtual que ES el mundo. De alguna manera el concepto de mundo se construye en el universo mediático. Se trata del individuo y su necesidad de estar, de pertenecer, o sea, de ser.

Al mismo tiempo, así como el individuo invierte –y pierde- su singularidad por su residencia en ese mundo, que configura como un lugar (en oposición al concepto de no lugar de Augé), otros individuos hacen lo mismo por lo que se generan redes de convivencia, comunidades, colectivos. ¿Se trata de nuevas tribus urbanas? ¿O sería más preciso llamarlas tribus hipermediatizadas? ¿O no se trata de unas tribus transitorias identificables a un período de la vida de las personas, sino a las nuevas formas de ser personas? Por otra parte, ¿por qué los individuos perciben como trascendental “mostrar” o “demostrar” que su relato de vida posee valor de acceso público?

En definitiva, las adolescencias y juventudes se configuran, en gran medida, en unos lugares de encuentro con otros -sitios que no poseen existencia material- a los que no se llega a conocer más que como consumibles, como contenidos creados *exprofeso* para el encuentro. A su vez, estas prácticas performativas constituyen experiencias educativas en tanto los individuos desarrollan nuevas formas de sentir, pensar, resolver situaciones, racionalizar, comunicarse, así como un conjunto nada despreciable de nuevos conocimientos y competencias. Es, en este sentido, imperiosa la implicancia de los educadores en la comprensión y conocimiento de los procesos por los cuales las adolescencias y juventudes se constituyen en cuanto subjetividades y los impactos que ello pudiera tener en las formas de aprehensión cultural, cognitiva y perceptiva por parte de los jóvenes.

Antecedentes - Estado de la cuestión

En cuanto a los antecedentes, existe un amplio número de trabajos disponibles en las plataformas académicas de todo el mundo que tienen algún punto de correspondencia con el tema de interés del presente trabajo.

Por un lado, “Los adolescentes y el uso de las redes sociales” (Del Barrio y Ruiz Fernández, 2014), presenta un estudio, desde la perspectiva psicológica sobre el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación por parte de estudiantes del último año de ESO (Ciclo básico en el sistema educativo uruguayo) y primer año de bachillerato. La metodología utilizada por las autoras fue la realización de encuestas y los resultados obtenidos se presentan en modo de cuadros explicados en los que se evidencia el tiempo de exposición de los jóvenes a las redes, los motivos por los cuales las utilizan y el conocimiento que poseen respecto a posibles riesgos asociados al vínculo con personas desconocidas por medio de estos dispositivos.

Otra investigación que sirve de antecedente al presente trabajo es “Las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los adolescentes” llevada a cabo por Molina y Toledo (2014) con estudiantes de cuatro colegios de bachillerato en Ecuador. Esta investigación pretendía analizar si el uso de las redes sociales repercutía de alguna forma en la vida de los adolescentes en términos cognitivo, relacional, psicológico y conductual. Se utilizó la entrevista como metodología y se llegó a la conclusión de que el uso de las redes no afecta el comportamiento de los jóvenes, a excepción de los vínculos afectivos que generan, de carácter superficial y de extrema exposición.

La tercera investigación, elegida como antecedente, entre las tantas que existen, es “Impacto que generan las redes sociales en la conducta del adolescente y en sus relaciones interpersonales en Iberoamérica los últimos 10 años” de Gómez y Marín (2019). Este trabajo fue realizado en Colombia y presenta un estudio bibliográfico a fin de dar cuenta de los posibles impactos del uso de las redes en la vida de los adolescentes y su relación consigo mismos y con el entorno.

Actualmente, y en virtud del fenómeno de la pandemia causada por el Covid-19, el campo de producción académica está revelando nuevas líneas de investigación que ponen foco en los impactos que este ha causado en las actuales juventudes en tanto y en cuanto el tiempo de reclusión impuesto por las autoridades ha arrojado como resultado mayor tiempo de exposición de las personas a las redes sociales. El aislamiento social ha favorecido la permanencia por más tiempo de los y las jóvenes en el mundo hipermedial, lo que puede pensarse como una importante inversión en la configuración de unas identificaciones que se realizan, con mayores seguridades en las colectividades virtuales que en el mundo de relación material y próximo. En este sentido, los trabajos científicos que estudian el fenómeno y sus consecuencias se encuentran en fases incipientes de investigación, y no formaron parte de la pretensión inicial del presente trabajo.

Sin embargo, es interesante, en esta etapa de revisión de la tesis, aportar algunos datos, como antecedentes, provenientes de medios de evaluación y medición que permiten un añadido a fin de perfilar la red *Instagram* para pensar su importancia en la vida de las nuevas juventudes pertenecientes a las clases medias y medias-altas de nuestro país.

De acuerdo con EUTIC (2022)¹, la red *Instagram* constituye en la actualidad lo que se conoce como *mainstream*, dado el alcance que ha logrado desde su creación en 2010, con un logro de 1.4 millones de cuentas en Uruguay. Otro dato interesante que nos revela esta encuesta es que el uso de la red se produce mayormente en el quintil más alto de la población y en las etapas de la adolescencia (14 a 19 años) y la juventud (20 a 36 años). Estos datos permiten confirmar, lo que se propuso como tesis de inicio y justificar, al mismo tiempo, la selección realizada de población estudiada. De acuerdo con EUTIC, el 77% de las personas de entre 14 y 19 años son usuarios regulares de *Instagram*, seguido por un 55% de uso en el grupo de personas entre 20 y 36 años de edad. Por otra parte, dentro de la discriminación en quintiles de acuerdo a los niveles socio-económicos de los y las uruguayas, el 43 % de los

1 EUTIC: Encuesta de Uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación perteneciente al Instituto Nacional de Estadísticas del gobierno uruguayo.
<https://www.lean.uy/post/redes-sociales-m%C3%A1s-usadas-uruguay>
Recuperado: 19/07/2022

usuarios se encuentra comprendida en el quintil más alto (Ver gráfico 1, en anexos).

Por otro lado, según estudios de IEDGE Business School², de 2020, en Uruguay se constató el mayor uso de la red *Instagram* en comparación con el resto de los países de Latinoamérica, ascendiendo a un 78% de usuarios teniendo como referencia el total de la población.

Cifra³ (2021), por su parte, también presenta resultados de encuestas a usuarios de las redes sociales en nuestro país, sosteniendo que Instagram es la red que más fidelidad presenta entre los menores de 30 años, particularmente entre los estudiantes de educación secundaria y terciaria (ver gráfico 2, en anexos), lo que incluye a la población seleccionada para la presente investigación.

Otro antecedente interesante para considerar en el presente trabajo es el artículo publicado por Marketing 4 Ecommerce⁴, que pone a disposición un estudio de la historia y evolución de la red Instagram desde su aparición en el año 2010, en Estados Unidos, gracias a su creación por parte de Kevin Systrom y Mike Krieger. De acuerdo con este estudio, los creadores de *Instagram* fueron motivados por la intención de generar un dispositivo de fotografía móvil que proporcionara una evolución en el campo de la fotografía instantánea. La aplicación creada por estos informáticos y amantes de la fotografía fue bautizada con el nombre *Burn*, hasta que, debido a los resultados que presentaba a nivel de intereses de los usuarios le cambiaron el nombre en un intento de hacer convivir el concepto de fotografía instantánea, en alusión a su propia experiencia personal con las fotografías de la Polaroid, con el de telegrama o mensaje que se envía en forma simultánea con la recepción, de allí la combinación *insta-gram*. Si bien al principio la aplicación fue creada para los dispositivos móviles de la marca Apple, luego su alcance se fue extendiendo a otros dispositivos debido al crecimiento de la industria de los

2 <https://www.iedge.eu/instagram-en-uruguay-2020-por-javier-garcia>

Recuperado el 19 de julio de 2022

3 Consultora uruguaya de la firma González Raga & Asociados, privada.

4 <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-instagram-app/>

Recuperado el 19 de julio de 2022

teléfonos móviles y a la evolución de las cámaras fotográficas que fueron incorporando y especializando.

A medida que la red fue logrando mayor filiación se fueron incorporando utilidades que permitían no solo tomar fotografías y compartirlas de manera instantánea, sino también retocarlas, editarlas y señalarlas para que fueran de más rápido acceso por parte de sus consumidores, con la invención del *hashtag*. Debido al exponencial crecimiento de la aplicación esta llamó el interés del dueño de Facebook, Zuckenberg, quien la compró tan solo seis días después que la *app* fue incorporada a los celulares con sistema Android. A partir de ello, Instagram sufrió un proceso de cambios, incluso como marca, con mejoras que habilitaron entre otras cosas los *likes*, las etiquetas, las historias, la incorporación de videos, etc. Luego, desde 2016, el nuevo y actual dueño de la aplicación incorporó la publicidad a la red y, con ello, un uso distinto para el cual había sido pensada lo que llevó al abandono de la empresa por parte de los creadores de *Instagram*.

Objetivos

General

Caracterizar la construcción de las subjetividades en las adolescencias y juventudes contemporáneas mediada por el uso de dispositivos de publicación y difusión de imágenes, a la luz de las percepciones y racionalizaciones con que las explican los sujetos involucrados.

Específicos

- 1.1 Identificar patrones comunes en las imágenes que publican las nuevas adolescencias en la red social Instagram.
- 1.2 Describir los procesos de subjetivación que caracterizan a las nuevas adolescencias y juventudes y el rol de la educación informal en ese marco configuracional.
- 1.3 Indagar las percepciones y racionalizaciones que los sujetos realizan para explicar su presentación mediática como contenido disponible en la esfera pública.

Marco teórico

Imaginad un mundo superpoblado de imágenes, cruzado hasta la saturación por sus proyecciones, lanzadas en todas las direcciones, un mundo en el que ellas se encuentran proliferando ilimitadamente, ubicuas, fugando como ondas expansivas en cada lugar y desde él hacia todo otro, superponiéndose ininterrumpidamente, amontonándose hasta lo imposible. Un mundo poblado de infinitos conos escópicos, que salen de cada lugar y se dirigen hacia cualquier otro, en cualquier dirección, como si en todas ellas presumieran que puede haber un captor, un –digamos– «espectador», un operador de recepción (una pantalla) que podría estar ahí interceptando su viaje, su tránsito, para interesarse por lo que ella porta, cuenta, para escuchar el testimonio que ella o ellas infinitas tiene o tienen que decir.

Brea, 2012

La muerte del sujeto

Los seres humanos devienen seres humanos gracias a la acción de otros en ellos, mediante los procesos de socialización de los que participan a lo largo de su vida. En este trayecto madurativo y constructivo –vincular, simbólico, corporal y cultural- devienen también sujetos.

Ahora bien, es por demás conocido el papel de la educación en este contexto de construcción de las subjetividades que no se agota, ni someramente, en los procesos de enseñanza formal, sino que involucra, y, con gran peso, otros procesos de formación informal, de los que, en ocasiones, los adultos no han tomado real conciencia. En este marco, las juventudes se constituyen sujetos en unos espacios de interacción con otros y con los mundos materiales y simbólicos, que trascienden los puramente físicos, y se extienden cada vez con más ímpetu por territorios en permanente construcción y deconstrucción mediados por la virtualidad. Se trata pues de pensar, como adultos, con mayor detenimiento y juicio crítico, cuáles nuevas cartografías constituyen los mundos o las realidades de las adolescencias que están aprendiendo -o inventando- unas particulares formas de ser sujetos.

En este sentido, es inminente un acercamiento en la construcción del concepto de sujeto a la luz de la época actual, definida por Jameson (1991) como de la sociedad posindustrial o el posmodernismo o la tercera etapa o etapa tardía del capitalismo. Según este autor, esta época se caracteriza por:

Una nueva superficialidad que encuentra su prolongación tanto en la “teoría” contemporánea como en toda una nueva cultura de la imagen o el simulacro, un consecuente debilitamiento de la

historicidad, tanto en nuestra relación con la historia pública, como en las nuevas formas de nuestra temporalidad privada, cuya estructura “esquizofrénica” (según Lacan) determinará nuevos tipos de relaciones sintácticas o sintagmáticas en las artes más temporales (...) (1991:22)

Jameson sostiene, asimismo, que nos encontramos frente a un tipo nuevo de emocionalidad a la que llama “intensidades”. Estas nuevas formas de vínculos con los objetos y la historia devienen en una profunda relación que, por un lado, responde a la corporización del nuevo sistema económico internacional y, por el otro, a los nuevos escenarios en los que se desarrolla lo que Jameson denomina “arte político”. Estas características del capitalismo tardío se manifiestan, no solo en los espacios en los que se toman las decisiones a nivel macro, tanto económicas como políticas, sino, y lo que es de interés para el presente trabajo, en las vidas y en las configuraciones que los individuos realizan a partir de sus experiencias de vivir en el mundo.

Situadas en una época que sin dudas es muy productiva en cuanto a la discusión y la búsqueda de explicaciones en torno a las formas en que los individuos y las sociedades configuran su presencia en el mundo, en la que conviven conceptos como el de liquidez de Bauman (2009) con el de ligereza de Lipovetsky (2016), con el de la necesidad de “lo pulido” y de hiperculturalidad, en términos de Han (2015, 2019) y de simulacro de Baudrillard (1978), entre otros, las juventudes actuales aprenden a ser individuos, aún a costa de su singularidad. En estos tiempos, que, como expresa Jameson (1991), se caracterizan por la predominancia de la imagen, del simulacro, las personas se enfrentan a unas particulares maneras de subjetivación que implican la fragmentación del sujeto en sustitución de lo que en la modernidad se entendió como la alienación del sujeto.

De acuerdo a Jameson, el razonamiento que se viene presentado, instala o reinstala una problemática de la contemporaneidad: “la muerte del propio sujeto —o dicho en otras palabras, el fin de la mónada, o el ego, o el individuo burgués autónomo— y el stress que acompaña a este fenómeno” (1991: 31).

Retomando lo expresado por Jameson, es dable pensar que la “muerte” del sujeto, bien podría corresponderse con la supresión de singularidad en virtud del logro de la aceptación de su integración al mundo virtual, que constituye, en definitiva, un universo de interacciones mucho más amplio que el físico-material en el que algunos siguen considerando que es donde la vida humana – cultural – efectivamente sucede.

Será necesario entender cómo operan las actuales cartografías en las que los individuos construyen las realidades que de alguna manera les brindan un sentido de pertenencia y ciertas seguridades que ya no es posible identificar con el espacio concreto de los intercambios cotidianos a nivel de los ámbitos de convivencia física o de las instituciones formales de educación. Es un mundo otro, absolutamente inabarcable desde una mirada sincrética o material, pero un mundo con todo lo que ello implica en términos de organización, jerarquías, símbolos, gratificaciones, frustraciones, afecciones, intercambios, lenguajes, necesidades, ofertas y demandas.

En el marco de estos procesos instituyentes que acaecen en este nuevo mundo hipermedial e hipercultural se producen procesos de individuación de las personas, mediante los cuales devienen en sujetos. En este sentido es importante detenerse en distintas explicaciones sobre el fenómeno de la constitución del individuo. Y esto particularmente porque lo que sucede y lo que no sucede en uno u otro mundo, es siempre entre actores sociales, entre sujetos.

De acuerdo a Alonso y Fernández Rodríguez,

El telón de fondo de esta nueva sociedad va a ser así, sin lugar a dudas, la hipostatización de la individualización. Ser individuo significa ser diferente a todos los demás, ser único: ser visto como una criatura irrepitable hecha de esa forma peculiar, tan singular que la singularidad de ese yo no puede describirse con palabras que puedan tener más de un referente (refiriendo a Bauman, 2007). El problema son esos mismos “otros” de los que uno difiere, los que empujan, presionan y obligan a uno a diferir: la sociedad. En esta obligación todos deben ser individuos, lo que les conduce a convertirse en todo lo contrario: los individuos de

esa sociedad son asombrosamente parecidos entre sí, ya que deben seguir una misma estrategia vital y utilizar señas compartidas para convencer a otras personas de que así lo hacen. Ser un individuo significa, paradójicamente, ser como todos los demás del grupo, sin distinción esencial; pero en estas circunstancias, cuando la individualidad se erige en un deber universal y un problema de todos, se plantea entonces un dilema inconcebible, una contradicción lógica en una sociedad de individuos: la emergencia de una sociedad individualizada. (2013, p. 226)

Justamente esta idea de la sociedad individualizada o de la individualización es uno de los argumentos que emplean los adultos, y, entre ellos, los educadores, para explicar el presunto desinterés por parte de los jóvenes hacia las propuestas que se les ofrecen desde las instituciones, tanto en términos educativos como culturales. Por otra parte, esta consideración de las interacciones sociales como unos eventos atravesados por intereses individuales de los participantes, lleva también a intentar comprender cuáles son las condicionantes que operan y cuáles son las consecuencias de que los universos de significados, en el marco de nuestra cultura, sean concebidos desde una lógica que parece no lograr trascender la mirada del individuo particular. Razonando en estos términos se puede caer en la trampa de que las generalizaciones que los estudios sociológicos están realizando sobre las personas y las sociedades no permitan ver algunas condiciones que las instituciones sociales promueven para compartimentar el pensamiento y el discurso en una multiplicidad de voces que no entran en diálogo, una especie de coro polifónico en el que los participantes no interpretan la misma canción en el mismo momento. En este sentido, es importante entender que el impacto de estos procesos de individuación e identificación por los que atraviesan las nuevas adolescencias deviene, no solo en unas configuraciones de su presencia en el mundo, sino también, en procesos configuracionales que determinan las relaciones de poder y, por tanto, las nuevas realidades políticas con lo que ello implica en términos de desigualdades sociales.

La individualidad, por tanto, es una tarea que la propia sociedad de individuos fija para sus miembros, y representa sobre todo la

autonomía: yo soy el único responsable de mis virtudes y de mis fallos, y es tarea mía cultivar las primeras y arrepentirme de los segundos y ponerles remedio. Por lo que la individualidad la podemos considerar como el producto final de una transformación social disfrazada de descubrimiento personal.

Alonso y Fernández Rodríguez (2013, p. 232)

Individuos sujetos a unos procesos culturales de subjetivación que generan la falsa ilusión de la diferencia. Identidades comunes y subjetividades construidas a molde, utilizando unos mismos patrones, que, a la postre, cambian a velocidades inexpugnables. Este parece ser el panorama en que las juventudes actuales se constituyen en personas que actúan en el mundo, portando, asimismo, todas las responsabilidades atribuibles a los resultados que esto genere.

Eagleton (2001), en su significación del concepto de cultura, plantea que una de sus acepciones compromete la autoformación o autocreación de los individuos como materia que se moldea a sí misma con el propósito de distinguirse de la naturaleza que le dio origen, en los parámetros de lo que su cultura de pertenencia le imprime.

En este proceso de autocreación, de acción y pasividad, lo enérgicamente deseado y lo puramente dado se unen una vez más; esta vez en los propios individuos. [...] Como cultivadores de nosotros mismos, somos barro en nuestras propias manos, redentores e impenitentes al mismo tiempo, sacerdotes y pecadores en un solo cuerpo. (2001: 18)

En este marco, la cultura es concebida a la vez como una necesidad de los individuos para la realización de su naturaleza y una imposición política que aseguraba, según este autor, la concreción del Estado.

Este proceso es lo que conocemos como cultura, o sea, un tipo de pedagogía ética que nos prepara para la ciudadanía política mediante el desarrollo libre de un ideal o yo colectivo que todos

llevamos dentro, un yo que encuentra su expresión suprema en la esfera del Estado. (2001: 19)

Para Eagleton, es la política la que en definitiva moldea la cultura, y con ello, la realización de los seres humanos en el marco de esta como individuos.

Lo que la cultura hace, pues, es extraer nuestra común humanidad de nuestra individualidad políticamente sectaria, liberando al espíritu del mundo de los sentidos, arrebatando lo imperecedero a lo contingente y obteniendo unidad de la diversidad. Esto implica dos cosas: una especie de división interna, pero también una autocura, dos procesos a través de los cuales nuestros desapacibles y sublunares egos no son anulados, sino refinados desde su interior por mediación de una naturaleza humana más ideal. (2001: 20)

A esta noción de cultura, como parámetro de fuerte impronta política que habilita a los seres humanos a devenir ciudadanos y constituyentes de un estado, a la vez que a realizar su yo individual, la posmodernidad, dirá Eagleton (2001), añade unas nuevas connotaciones al término que se sustentan sobre la base del relativismo cultural.

Es por demás interesante, la crítica que Eagleton realiza de las concepciones actuales del término cultura, en tanto concepto que abarca diversas formas de manifestaciones humanas amparado en un peligroso concepto de pluralidad, que puede celebrar los logros de las llamadas minorías –algunas de ellas- e invisibilizar las necesidades de las mayorías, en un mismo marco nocional y descriptivo. En este sentido, la pluralidad, para este autor, promueve unos ejercicios de autoidentidad, en perjuicio de la conformación de identidades colectivas que se sostengan en valores éticos comunes.

Podríamos, entonces, en el contexto de lo expresado hasta el momento, pensar que la formación de las subjetividades en las adolescencias y juventudes actuales, implican, por una parte, la pertenencia a una cierta cultura de referencia que las abduce a la vez que les ofrece la libertad –o la ilusión de libertad- para autoformarse, cultivarse, hacerse a sí mismo, en esos espacios mundos de convivencia virtual; y, por otra, la definición de unas identidades, que, si bien parecen ofrecer la oportunidad de la diferencia, de la distinción,

más bien homogenizan a las juventudes en unas particulares formas de ser sujetos sujetos a este tiempo.

En cuanto al concepto de sujeto, es necesario aclarar que no se está tomando, en este trabajo, como sinónimo de ser humano, sino como individuo dueño de una subjetividad en construcción que participa de unos universos discursivos en los que protagoniza unos particulares actos de toma de la palabra. La noción de sujeto, en términos discursivos, ha sido una de las problemáticas más complejas de resolver en el mundo académico, desde la propia tradición clásica greco-latina. Si bien el presente trabajo no se ciñe al análisis del discurso, se considera necesario mencionar que se toma de este la carga conceptual con que se está pensando al sujeto.

De acuerdo a Montero (2014), en su estudio pormenorizado de las concepciones de sujeto a lo largo de la evolución de las posiciones teóricas occidentales más extendidas, propone, en su referencia a Benveniste, que “ser sujeto es decir yo” siempre en relación a un “tú” que el enunciatario instala en el mundo (2014:4) En tal sentido, si el sujeto se constituye, se ubica en el mundo -en un mundo posible- a partir de una acción discursiva, mediante la apropiación de un universo de significados, es dable pensar que muchas de las explicaciones que buscan los educadores respecto a las formas de ser, estar y actuar en el mundo de nuestras juventudes, podrían revelarse si aquellos se piensan también como un “yo” que erige, tomándose como eje, todos los participantes comprometidos en un proceso de comunicación, y, por tanto, de significación. En tal caso el educador es un “yo” sujeto intentando comprender a otro “yo” sujeto completamente otro e intentando establecer un diálogo que, muchas veces no acontece.

Por otra parte, Pecheux (citado por Montero, 2014), distingue entre el sujeto de la enunciación y el sujeto histórico, dando especial tratamiento a este último. En este marco, el sujeto participa de las instancias discursivas en una suerte de interjuego en el que siempre se encuentran presentes unas representaciones de la realidad que ponen en escena al sujeto histórico que no es de carácter individual, sino colectivo e impersonalizado. En tal caso, cuando el sujeto toma la palabra -el joven o la joven utilizando como medio la red *Instagram*- se hace cargo de una formación discursiva que dice sobre sí y

sobre “la doxa, la historia o el sentido común”. En este marco, dirá Montero (2014), en referencia a Pecheux, las subjetividades resultan de procesos de interpelación ideológica, y, es en ese interjuego que el individuo se vuelve sujeto. Por tanto, cuando se hace referencia al sujeto, no se está hablando de un “yo” despojado de influencias, determinaciones y sujeciones, sino de un individuo que deviene sujeto gracias y a partir de, un doble juego de determinaciones: su inconsciente y los procesos de interdiscurso. Este sujeto, dirá Montero (2014), “no es transparente, ni unívoco, ni soberano, ni dueño absoluto de su decir”. Esta tradición francesa de análisis del discurso, que presenta la autora, desestima entender que el sujeto sea “dueño en su propia casa”, es decir, un sujeto individual, y por el contrario presenta a un sujeto que se realiza como tal al decir como efecto del propio acto de enunciación; se trata pues de un sujeto ignorante de su sujetamiento por la ideología (Maldivier, 1992:208). En tal caso el sujeto no es más que una ilusión de sujeto, de yo individuo. Pecheux (1990), sostiene, en este sentido, que las teorías que han estudiado al sujeto se erigen sobre la base de una ilusión de que el individuo es portador de elecciones, intenciones y decisiones, desestimando o desconociendo sus determinaciones históricas e ideológicas. Es decir, cuando el individuo toma la palabra en el acto discursivo instaura un yo que no es un yo individuo sino un yo colectivo.

Al tomar la opción de titular este apartado como “la muerte del sujeto”, se pretendió dirigir la reflexión hacia estos procesos complejos de comprensión del término sujeto y, particularmente, hacia el vaciamiento de identificación con el pretendido “sí mismo” con que a menudo las personas asocian el desarrollo de su identidad como resultado de un conjunto de acciones que ejecutan gracias a las que, en virtud, se constituyen en alguien que se distingue del resto, para presentarse como un ser original, único, y digno de ser admirado y “consumido” por ello.

En este entramado de significados posibles, asumidos o ignorados, las nuevas juventudes construyen sus identidades; una suerte de carta de presentación con la que actúan en los mundos que integran -físicos, hipermediales, ficcionales, inter e intrasubjetivos-.

Identidad o identificaciones

En cuanto a la identidad, Brubaker y Cooper (2001), sostienen que se ha abusado del término identidad desde las diferentes disciplinas y campos de la experiencia humana, al punto de que podría pensarse que es mucho y nada a la vez, y distinguir entre significados fuertes y débiles del término. En este sentido, proponen,

Argumentamos que la prevaleciente postura constructivista frente a la identidad, el intento de “suavizar” el término para liberarlo de la carga de “esencialismo” mediante la estipulación de que las identidades son construidas, fluidas y múltiples- nos deja sin argumento para hablar sobre identidades y sin buenos recursos para examinar la dinámica “dura” y las posturas esencialistas de las identidades políticas contemporáneas. La “suavidad” del constructivismo permite la proliferación de identidades putativas. Pero mientras éstas proliferan, el término pierde su valor analítico. Si la identidad está en todas partes entonces no está en ninguna. (2001: 1)

Esta última afirmación se corresponde con los supuestos de partida del presente trabajo en cuanto a que, en una búsqueda desmedida por constituirse en un sujeto distinto a otros o a los otros, terminan operando una fuerzas culturales, políticas y psicológicas que configuran seres idénticos entre sí, pero con una falsa sensación de libertad, tal como sostiene Han (2014: 7): “hoy creemos que no somos un sujeto sometido, sino un proyecto libre que constantemente se replantea y se reinventa”. En este marco, el sujeto cree ser portador de una identidad original en tanto se autocomplace en su percepción de ser una persona libre de todo condicionamiento o determinismo.

Es importante definir con la mayor claridad posible a qué se hace referencia cuando se afirma que la identidad de las juventudes se conforma – aunque no exclusivamente- en el marco de sus interacciones virtuales, con gran peso de estas y de las experiencias performativas que propician. Si el análisis se ciñe a las propuestas de los autores mencionados arriba, en cuanto

a que las identidades abarcan tanto un campo práctico como un campo analítico, es dable pensar que, desde las percepciones de los sujetos, en cuanto a sus experiencias en las redes, su identidad es congruente con la identidad, que, desde lo analítico, define al agente de consumo de este tiempo. Los y las jóvenes usuarias de *Instagram*, en tanto y en cuanto lo utilicen para compartir contenido, se identifican con otros que, como ellos, hacen lo mismo. En este sentido, la identidad, como identificación, puede pensarse en los términos en que funcionan estos dispositivos: los y las jóvenes ofrecen contenido que les otorgan seguidores y “me gusta”, y los contenidos se refieren, las más de las veces a su propia imagen.

En este sentido, en el Diccionario de Estudios Culturales Latinoamericanos (2009), se define identidad como una condición de distinción y de identificación de los sujetos. Por una parte, refiere a la conciencia del individuo de reconocer en sí un sí mismo, separado de los otros, y por el otro, al conjunto de rasgos que definen a un grupo cultural en relación con otros.

Los autores mencionados *up supra*, distinguen entre distintos usos que se hacen, y han hecho, en relación con el término identidad, dentro de los cuales, el que más sirve como categoría, en el marco de este trabajo, es: piso para la acción política, fenómeno específicamente colectivo, conciencia del ser individual, producto contingente de la acción social y política, iluminadora de la naturaleza inestable del yo contemporáneo (Brubaker y Cooper, 2001:8-10)

Claramente, al término “identidad” se le demanda el cumplimiento de muchas funciones. Es usado para iluminar modos de acción no instrumentales; para concentrarse en la autocomprensión antes que en el propio interés; para designar igualdad entre personas a lo largo del tiempo; para capturar aspectos pretendidamente centrales, fundacionales de la conciencia del ser individual; para negar que tales aspectos centrales, fundamentales existen; para iluminar el desarrollo procesual, interactivo de la solidaridad y la autocomprensión colectivas; y para enfatizar el carácter fragmentado de la experiencia contemporánea del “yo”, un yo formado por fragmentos inestablemente unidos de discurso y “activado” contingentemente en contextos diferentes. (Brubaker y Cooper, 2001:10)

En el marco de lo antes expuesto, y tomando como fundamento la distinción que los autores realizan entre conceptos “fuertes” y “débiles” de identidad, se entiende que pensar la formación de la identidad en las adolescencias, podría llevar a caer en una trampa epistemológica que desestimaría la profundidad del término. Por lo que, para el presente trabajo, al referir a la identidad, se hará desde la perspectiva de la identificación y categorización que se hace de los individuos por su pertenencia a determinado grupo, o que los propios individuos hacen de sí mismos.

Las adolescencias actuales participan de unos procesos de identificación mediatizados por las tecnologías de la comunicación y la información y reciben, al mismo tiempo la identificación y categorización que los adultos hacen respecto de ellos en virtud de las maneras en que expresan sus corporeidades, sentires y visiones del mundo en que viven, muchas veces de corte fundamentalista y denigrante. Esto se debe, en gran parte, al desconocimiento que se posee sobre los significados que dichas experiencias constituyen en la vida de los y las jóvenes, y a una tendencia a subestimar la capacidad de pensamiento y de discernimiento de las adolescencias, que pareciera que no hubieran alcanzado aun ni la capacidad ni la autorización para pensarse, y pensar a los otros.

Fabricación de subjetividad

Las personas que devienen en sujetos interactúen en el mundo que interactúen, son individuos, en el sentido expresado más arriba y se encuentran en permanentes procesos de subjetivación. Ahora bien, entender a los individuos como sujetos, dueños de una subjetividad en construcción, exige también que revisemos qué se entiende por subjetividad. En este sentido, Guattari y Rolnik (2013), afirman que los procesos de subjetivación de las personas se pueden explicar como mecanismos de control que los estados y el sistema imprimen sobre los individuos. En este marco afirman que de hecho la cultura de masas tenía como propósito fundamental la fabricación de un tipo de subjetividad que denominan “capitalística”. Es interesante, para el presente trabajo, dialogar con esta original manera de concebir los procesos de subjetivación de los individuos.

Según Guattari y Rolnik

...lo que hay es simplemente producción de subjetividad. No solo producción de la subjetividad individuada –subjetividad de los individuos- sino una producción de subjetividad social que se puede encontrar en todos los niveles de la producción y el consumo...

A esa máquina de producción de subjetividad opondría la idea de que es posible desarrollar modos de subjetivación singulares, aquello que podríamos llamar “procesos de singularización”: una manera de rechazar todos esos modos de codificación preestablecidos, todos esos modos de manipulación y control a distancia, rechazarlos para construir modos de sensibilidad, modos de relación con el otro, modos de producción, modos de creatividad que produzcan una subjetividad singular. Una singularización existencial que coincida con el deseo, con un gusto por vivir, con una voluntad de construir el mundo en el cual nos encontramos, con la instauración de dispositivos para cambiar los tipos de sociedad, los tipos de valores que no son nuestros. (2013, p. 25)

Estos autores explican las sociedades contemporáneas como macro fábricas de construcción de subjetividades funcionales al sistema y depositan sobre los agentes que operan en el marco de las Ciencias Sociales y de la docencia, la responsabilidad de actuar ofreciendo una resistencia activa frente a estos procesos que, en definitiva, tratan sobre el manejo del poder a través de la manipulación de los procesos semióticos.

Trasladado esto al marco de los procesos vinculares que se viven en las instituciones educativas, se puede pensar que a los docentes les cabe esta responsabilidad referida por los autores, la responsabilidad de agenciar posibilidades para no operar como reproductores de los fenómenos de producción de subjetividades y fomentar procesos de singularización. Teniendo en cuenta, como dicen los autores citados, que los procesos que producen subjetivaciones son procesos de “agenciamientos de enunciación”, el manejo que se haga de los procesos discursivos en las instituciones determinará en buena medida la referenciación del individuo con unos tipos particulares de ser

sujetos que podrán o no ser manifestaciones acrílicas de las subjetividades que el sistema requiere para que opere su maquinaria política, económica e ideológica. En todo caso los educadores y docentes se encuentran imbuidos en una suerte de responsabilidad para con el otro que los compromete enteramente.

Agenciamientos de enunciación

Tomando como referencia la noción de agenciamientos de enunciación, es necesario pensar los discursos que elaboran sobre sí mismos los y las jóvenes en las redes sociales, en las cuales, a la vez que devienen sujetos, devienen contenidos, moneda de intercambio para establecer contactos con otros, en el infinito mundo nuevo de la virtualidad, del no espacio físico. En esta nueva esfera de vida –al modo de la semiósfera propuesta por Lotman (2000)- la imagen se ha instalado como protagonista indiscutible, en tanto medio, signo y significante. Al respecto, Brea (2012) sostiene que la imagen ha ganado autonomía respecto a lo referido por ella; es por sí misma, vale por sí misma, dado su valor en tanto disminuye el recorrido del deseo y habilita el consumo de fantasía.

La cuestión no sería ya la de que las imágenes fueran los emisarios o mediadores de algunos entes otros (el sistema de los objetos en cuanto que llevados a la forma valor, en cuanto que transfigurados en mercancía), entes otros a los que ellas sustituirían. Sino que ellas mismas alcanzarían autonomía: serían sus propios mediadores, ya no actuarían como sustitutos sino acaso de sí mismas. Ellas mismas serían los «productos» negociados, las «mercancías de nuestro tiempo» como no hace tanto advertía también Jameson. Para entonces, el deseo no recorrería tránsito alguno desde el fantasma –o la forma del deseo– al objeto tocado por el Capital, a la mercancía. Sino que habitaría de lleno este sistema fosfénico y puramente etéreo –de las imágenes circulando. Desde, por y para el deseo, en estado puro.

La era de la imagen del mundo, si ese enunciado hablara del nuestro, no dice otra cosa que el tiempo en el que la mercancía

ha dejado atrás cualquier requerimiento de materialidad, de cristalización de objeto. Anuncia un tiempo –quizás ya el nuestro– en el que el deseo circula desde la producción de la fantasía – promovida por el deseo en su tenor ilimitado y cristalizada en fantasmagoría mercantilizable–, hasta el mismo consumo de la fantasía –cristalizada igualmente en fantasmagoría mercantilizada, en imaginario construido.

(Brea, 2012: 16)

En torno al término subjetividades, el Diccionario de estudios culturales latinoamericanos (2009), propone un recorrido en la evolución del concepto profundamente atravesado por las connotaciones coloniales del devenir latinoamericano. En este marco, todo proceso de subjetivación se sitúa en un proceso de elaboración discursiva que varía o presenta ciertos matices, a lo largo de la historia, en virtud de quiénes estén habilitados a la toma de la palabra. Finalmente,

Más allá de los distintos enfoques, lo que la noción de subjetividad pone en juego (y en disputa), entre otras muchas cuestiones, es la viabilidad de la definición y la demarcación: en verdad, la posibilidad de conocimiento mismo, más allá de la opacidad y de la incompletud que define a la representación (2009: 264)

Es interesante prestar atención a la lectura que proponen los estudios culturales latinoamericanos en este sentido, dado que, según esta mirada académica, pensar en la construcción y- sobre todo- en la definición de las subjetividades en el contexto latinoamericano es necesariamente pensar en las condiciones materiales y simbólicas de las prácticas y de los sujetos.

Los educadores se encuentran permanentemente en contacto con nuevas teorías –y su correspondiente sustento paradigmático – e incluso con nuevas formas de hacer, nuevos diseños curriculares o propuestas de enfoques metodológicos, incluso reformas educativas, en que el término subjetividad/ subjetividades forma parte de los discursos pedagógicos y políticos. Ahora bien, es interesante, en este punto, que cuando se habla de la construcción de las subjetividades de los niños, niñas y jóvenes no se esté

necesariamente hablando de unas posibilidades emancipatorias ni de realización, en el sentido más amplio que estos términos admiten.

De hecho, ya Lacan cuestiona la existencia del sujeto *per se*, aduciendo que no existe el sujeto sino el significante. Este planteo resulta por demás interesante en el presente intento de identificar los procesos de subjetivación de los que participan las juventudes usuarias de *Instagram*. Si no existe el sujeto, entonces las identificaciones que se producen en el marco de las experiencias y configuraciones en ese mundo espacio temporal de la virtualidad, configuradas por las redes sociales, podrían pensarse en virtud de los significantes que, en muchos casos son instalados en ese mundo otro por los propios individuos que luego llevan a cabo sus procesos de subjetivación. En este sentido Aramendi, en su estudio sobre el sujeto en la obra de Lacan, sostiene,

A la falta de una identidad innata, de una verdad sobre quiénes somos como individuos, el único recurso que queda es el de dirigirse hacia el afuera simbólico en busca del lenguaje como medio para adquirir una identidad estable. De esta forma, el sujeto llega a ser tal en tanto accede a ser representado por el significante. (2013: 6)

Los jóvenes elaboran discursos icónicos con la misma, o tal vez más, velocidad con la que otrora, otros jóvenes, elaboraban discursos de materia lingüística. Estos discursos los dicen, dicen respecto de sus construcciones subjetivas, y, concomitante con ello, sus identidades -identificaciones. En este sentido, es importante, para entender la naturaleza de las elaboraciones discursivas y lo que ello implica en la configuración en tanto sujetos, comprender que los seres humanos son esencialmente criaturas sígnicas, que participan permanentemente de procesos de significación conocidos como procesos semióticos o semiósicos.

Configuración semiótica de los nuevos sujetos

Los procesos semióticos que median las relaciones entre los sujetos, comprometen, al menos, tres conceptos vinculados: significación, significado y sentido. En cuanto a su conceptualización se comparte la proporcionada por Toledo y Sequera:

Habremos de entender como significación el proceso por el cual el ser humano reconoce un objeto del mundo y para apropiarse de él y poder transmitirlo a otros, lo llena de significado, lo convierte en signo. El significado es entonces el referente relacionado con el signo creado en el proceso de significación, o en palabras de Peirce el objeto relacionado con el signo. El sentido se construye en un proceso más complejo que el de relacionar un signo con un objeto ya que en este caso intervienen elementos contextuales de todo tipo que determinan el resultado de la relación entre el interpretante y el intérprete. (2005:12)

Tal como se expresa, integramos una red simbólica en la que nos relacionamos con otros y construimos realidad.

Para afinar un poco más el concepto de semiosis, en tanto producción de significados, vamos a incorporar la perspectiva teórica de Fairclough (2003) quien sostiene que la semiosis,

... incluye todas las formas de creación de significado –las imágenes visuales, el lenguaje corporal y también el lenguaje-. Podemos entender la vida social como una serie de redes interconectadas de prácticas sociales de diferentes tipos (económicas, políticas, culturales, etc.). Y cada práctica tiene un elemento semiótico.

Las identidades de las personas que operan en determinadas posiciones en una práctica (semiótica) sólo se hallan parcialmente especificadas por la práctica misma.

(2003: 180 - 182)

Si se considera la postura teórica de Fairclough, entendemos que, en toda práctica social, es decir, en toda práctica humana, se producen procesos de semiosis que definen, a su vez, el conjunto de significaciones que los

participantes darán a tales prácticas. Al mismo tiempo, ese conjunto de significaciones determinará la representación que cada participante realice de la práctica en la que participa, por lo que tal práctica podrá constituir una experiencia enriquecedora en términos de conocimientos, intercambios, elaboración discursiva, o no.

Si se parte de la base de que la formación de la identidad -o las identificaciones- en el marco de la creación o recreación de realidades es habilitada por la elaboración de significaciones, corresponde dirigir la mirada hacia estos procesos fundantes para intervenir en los casos en que sea necesario.

De acuerdo a Jäger,

el discurso en su conjunto es una unidad que se regula y que es capaz de generar conciencia. Al operar como un “fluir de conocimiento” –y como el conjunto del conocimiento societal acumulado en toda la historia-, el discurso crea las condiciones para la formación de sujetos y la estructuración y configuración de las sociedades. (2003, p. 65)

En este marco, la presencia de los y las jóvenes en las redes sociales, como espacios de convivencia, en un nuevo sentido del término, que desestima la necesidad de compartir un espacio físico, constituye un conjunto de procesos semióticos que se producen a velocidades difíciles de abarcar desde una lógica material, unos mundos otros en los que los sujetos elaboran discurso mediatizados por imágenes.

Si el discurso crea realidad, entonces se debe pensar que la imposibilidad o la dificultad asociada a la práctica discursiva deviene en una dificultad en la creación de las realidades o mundos en que las personas habitan y en las cuales se constituyen sujetos.

Jäger sostiene que

... no es el individuo quien hace el discurso, sino que lo contrario tiende a ser cierto. El discurso es supraindividual. Pese a que todo el mundo aporta su grano de arena a la producción del tejido discursivo, ningún individuo ni ningún grupo específico determina

el discurso o se ha propuesto lograr aquello que acaba convirtiéndose en el resultado final. (2003: 67)

Se trata entonces de interpretar las acciones semióticas de los individuos en un determinado contexto temporal, espacial y relacional, sin caer en una mirada ingenua del fenómeno, en el marco de unas realidades que no son temporal ni espacialmente aprehensibles, dado que se caracterizan por la definición de unas nuevas cartografías hipermediales y unos tiempos no coincidentes ni con los biológicos ni con los históricos conocidos por las generaciones anteriores a la de las juventudes actuales.

Jäger dice que los discursos ejercen poder, que ellos mismos son hacedores de realidades, que estas elaboraciones, que se piensa dependientes de las personas a través de sus elocuciones, obran sobre las personas condicionando la manera en que estas se vinculan y actúan. De acuerdo con Jäger (2003: 68), “son ellos mismos (los discursos) un factor de poder, ya que son capaces de inducir comportamientos y de generar (otros) discursos. De este modo contribuyen a la estructuración de las relaciones de poder en una sociedad.” (2003, p. 69)

La creación de realidad

En este punto, se referirá en el presente trabajo a otro concepto asociado al de discurso y que introduce Jäger en su trabajo pero que toma de Foucault y su vasta obra sobre el tema, el concepto de dispositivo. De acuerdo con Jäger (2003), se entiende por dispositivo las relaciones existentes entre las manifestaciones discursivas y no discursivas, así como entre materializaciones y manifestaciones de los sujetos en el ámbito de sus relaciones sociales. Los individuos asignan significados y con ello crean realidad. Esta realidad es la que les permite sostener sus prácticas al tiempo que la sociedad en que se insertan las encuadra en determinados dispositivos que las validan o no. Dentro de estos conjuntos de dispositivos que se van adecuando a las necesidades sociales se encuentran las instituciones, y dentro de ellas, la educación.

Dice este autor al respecto,

No es la realidad lo que se refleja en la conciencia, sino la conciencia la que se relaciona con la realidad, ya que los discursos proporcionan los conceptos que han de aplicarse y todo el conocimiento para configurar la realidad, así como los nuevos conceptos de realidad. Si el discurso se aparta de la realidad, “sobre cuyos hombros” se ha constituido, o de forma bastante más precisa, si las personas, por las razones que sean, se alejan de un discurso al que han conferido significado, la parte de realidad que le corresponde aparece desprovista de significado en el más cierto sentido de la palabra y retorna a su estado natural.

Si el conocimiento contenido en un discurso cambia, se les asignan otros significados y se convierte en otro objeto. (2003, p.69 – 70)

En este marco, si las adolescencias significan de manera distinta lo que el dispositivo institución educativa, o más aún, el mundo adulto entiende como realidad posible, los objetos sobre los que dicen alguna cosa se convierten en otra cosa y en tal sentido su palabra es considerada fuera del ámbito de significaciones aceptadas. El autor llama a este fenómeno retracción de significado, y, desde el punto de vista adoptado en el presente trabajo y de acuerdo con lo tratado hasta el momento, se trata de una inconsistencia con que el dispositivo –por medio de sus actores- castiga, desvalorizando el acto mismo de significación de los individuos comprometidos en dicha afectación.

Por otra parte, es necesario también considerar los significantes en esta construcción discursiva de los adolescentes en tanto enunciadores en las redes sociales. Ya se habló de la imagen como significante y sentido en sí mismo, y su fundamental importancia en las sociedades contemporáneas. Ahora bien, cabe pensar cuáles son los referentes de tales imágenes. Aparece entonces la necesidad de pensar el cuerpo, las nuevas corporeidades y su constitución en contenido mediático.

En este sentido, Sánchez Vera (2010), expresa la importancia y el tratamiento de los cuerpos en las redes de vínculos actuales. El autor refiere a la importancia de la sexualidad y del deseo en la constitución de las

corporeidades actuales, en que se viven procesos de cosificación de los cuerpos, hipersexualización de las infancias y adolescencias, crisis de la masculinidad, entre otros.

Como se puede apreciar en un recorrido por los perfiles de *Instagram*, de los y las jóvenes, objeto de estudio del presente trabajo, escasamente se encuentran imágenes estrictamente figurativas o, mejor aún, fieles -en la medida de lo posible- a la escena, persona o situación representada. La propia red social provee a sus usuarios de herramientas para intervenir las imágenes y transformarlas en nuevas imágenes que, en acuerdo con lo dicho hasta aquí, al ser transformadas cambian también sus significados. Si atendemos a lo propuesto por Baudrillard en cuanto a su concepción del simulacro, lo que definitivamente “llega” o es recibido por los interlocutores en el marco de los actos de difusión mediados por *Instagram* no es el cuerpo o la salida con amigos o la habilidad o la felicidad del usuario enunciador sino lo que este hizo con una imagen utilizando filtros, gif, música y otras herramientas de edición que la red provee, para ofrecer la ilusión simulada de lo que finalmente el otro ve (ven).

La educación en los contextos actuales de subjetivación

En estos contextos actuales, la educación formal deja entrever su obsolescencia en cuanto a las formas en que las nuevas juventudes acceden a los conocimientos, y más aún, los crean a partir de sus experiencias particulares de interacción hipermedial para luego ponerlos, a su vez, a disposición de la circulación a gran escala y velocidad. Los y las jóvenes integran, a la vez que un mundo despojado de fronteras físicas y temporales no controlables por las generaciones a las que las sociedades le atribuyeron el rol de educar a los recién llegados, unos nuevos agrupamientos de intereses que se pueden pensar, en virtud de lo visto hasta aquí, como comunidades de aprendizaje, en apariencia, aleatorias. La educación formal como institución definida por las políticas educativas de los gobiernos conforma el currículo oficial prescripto para los diferentes niveles de desarrollo cognitivo de los integrantes de las sociedades, al tiempo que constituye un sistema de acreditación de saberes excluyente por el cual los sujetos acceden o no al

siguiente nivel de acceso a los conocimientos que, otrora, se consideraban los justos y necesarios para completar unas trayectorias que prepararan a los individuos para la vida social, cultural, académica, económica y política.

Ahora bien, desde las organizaciones educativas se asiste a una creciente pérdida de validez de los mencionados conocimientos, aunque aún no se ha deslegitimizado el sistema de acreditaciones. O, dicho de otro modo, los chicos y las chicas deben aprehender unos contenidos que ya no explican el mundo en el que efectivamente construyen su ser sujetos, pero acreditar esos aprendizajes mediante los sistemas de evaluación formales, será lo que les habilite el acceso a ciertos puestos de acción en el mundo tanto laborales como discursivos.

La educación formal se presenta entonces como la puerta de entrada al mundo de relaciones complejas -fuera de los ámbitos cercanos de relación- concebidas en un momento histórico temporalmente reñido con el tiempo en que efectivamente las juventudes actuales piensan y se piensan, viven, conviven, sienten, producen, dicen y se reconocen sujetos.

Las nuevas comunidades de aprendizaje que se generan en la red, particularmente, a efectos del presente trabajo, en *Instagram*, dan cuenta de unas nuevas formas de control que agrupa a las personas en categorías de acuerdo con el estudio logarítmico de sus conductas, realizado por inteligencias artificiales. Lo que se conoce como el *Big Data* ocupa hoy el lugar del gran regente que identifica, selecciona, agrupa y vincula a los individuos de acuerdo con sus gustos manifiestos, pero también a los que aún no se han manifestado, mediante predicciones conductuales. De esta forma, y gracias a un dispositivo aperspectivista, en palabras de Han (2014, p.46), frente a la lógica analógica, los dispositivos digitales pueden dirigir su mirada hacia cualquier lugar del universo de un individuo, incluso hacia las zonas oscuras o no visibles como la *psique*. Por lo tanto, estas comunidades de aprendizaje, que se podría pensar, en términos educativos, de carácter informal, no son fortuitas, sino que son agrupamientos que, a diferencia de lo que sucede en el ámbito de la educación formal, no responde exclusivamente a rangos de edades o niveles de desarrollo cognitivos sino a gustos, deseos, necesidades, consumos, formas de vincularse o, lo que en otros términos podría pensarse como unas maneras

particulares de ser sujeto. En tal caso, los individuos aprenden con otros y de otros que integran un círculo configurado por inteligencias artificiales para que su campo de acción y de pensamiento sobre la acción sea funcional a determinado campo de conocimiento del mundo. Los y las jóvenes se educan en estos mundos diseñados a medida, ya por mecanismos de autoformación mediante la utilización de tutoriales, ya por descubrimiento, ya por el intercambio de saberes con otros con quienes comparten ese microuniverso que, para sí, es el universo todo.

En el sentido de lo dicho hasta aquí, Han sostiene que el momento histórico actual se podría explicar como una segunda Ilustración en la que la búsqueda y preminencia de la razón por sobre todas las cosas ha sido desplazada por la conversión de todo lo que sucede, sobre todo en términos conductuales, en datos. Este *dataísmo*, en palabras de Han, implica la renuncia al sentido y la simplificación extrema que absolutiza y hasta fetichiza y sexualiza los datos:

Hoy se registra cada clic que hacemos, cada palabra que introducimos en el buscador. Todo paso en la red es observado y registrado. Nuestra vida se reproduce totalmente en la red digital. Nuestro hábito digital proporciona una representación muy exacta de nuestra persona, de nuestra alma, quizá más precisa o completa que la imagen que nos hacemos de nosotros mismos. (2014, p.49)

En este marco, y poniendo en diálogo lo propuesto en el presente trabajo con lo que describe y explica Han respecto a estos nuevos modos de dominio de las voluntades y de construcciones subjetivizantes, el individuo joven integra una comunidad de aprendizaje informal que, no por carecer del sistema de acreditaciones de la educación formal deja de ser tan o más instituyente que ella. Lo que queda por definir es quién o quiénes enseñan y aprenden y qué es lo aprendido en estos micromundos, en estas aulas construidas bajo la regencia de un sistema de control que, a priori, se podría identificar con el *big data* al que Han refiere.

Marco Metodológico

El enfoque metodológico es cualitativo. Se utilizó como método la teoría fundamentada, entendida como un método de recogida y análisis de datos, desde una perspectiva cualitativa con la finalidad de desarrollar teoría respecto al o a los objetos de estudio. Este método de investigación cuenta con un importante desarrollo en el área de las ciencias sociales entre los que se destacan los trabajos de Strauss y Glaser (1967) y Strauss y Corbin (1990).

Al consistir, básicamente, en la elaboración de teoría, requiere particularmente la elaboración de conceptos a partir de los datos que serán sometidos a distintos tipos de comparaciones y significaciones, y destaca por una incursión investigativa que pone especialmente el énfasis en los procesos y en la elaboración de categorías y subcategorías que no se agotan en lo meramente descriptivo. Asimismo, se trata de un método que posee un léxico propio que sirve de marco para el trabajo de indagación y estudio de campo, así como también para la conceptualización. No se trata pues de inscribir lo observado en una o unas teorías preexistentes, sino de unas acciones creativas que implican al investigador en la creación de unas formas particulares y originales de explicar la realidad empírica. Esto no significa el desconocimiento de la teoría ya existente sino por el contrario, un ejercicio de poner en diálogo, de manera constante, durante el proceso, lo precedente con las nuevas categorías y significaciones que darán como resultado la nueva teoría, producto de la investigación realizada.

En cuanto a las técnicas empleadas en el marco de esta metodología, vale aclarar, que en el desarrollo de la investigación han surgido datos que no fueron previstos y que exigieron la incorporación de otras técnicas no seleccionadas con antelación; este es el caso de la incorporación de una conversación espontánea que se decidió sumar al análisis por su sustantivo valor con relación a la categoría propuesta en ese caso. En este sentido, como punto de partida se utilizó la observación de imágenes a disposición en *Instagram*, exploración y seguimiento de perfiles de usuarios de dicha red en el marco del universo de estudio, revisión bibliográfica, entrevistas a informantes calificados, *focus group* y diario de campo.

De acuerdo con Soneira, esta metodología seleccionada se basa particularmente en el método de comparación constante y el muestreo teórico (2012, p.155). Durante todo el período en que la investigación se lleva a cabo conviven ambas estrategias, imprimiendo un revisión y producción constante de conceptos, categorías, codificaciones, dimensiones.

Para este estudio particular se decidió observar las interacciones y publicaciones, en forma sistemática, de un universo acotado a jóvenes pertenecientes a clase media o media alta partiendo del supuesto de que serán ellos y ellas quienes, de futuro, ocuparán los cargos de toma de decisiones a nivel empresarial, político, académico y científico en nuestro país. Por supuesto se trata de una presunción, con la salvedad de que esto no excluye la posibilidad de que los y las jóvenes de las clases bajas de nuestra sociedad puedan lograr sobreponerse a sus circunstancias de orígenes socio-económicos y llegar a ocupar los mencionados lugares. Sin embargo, basada en la experiencia de trabajo en distintos ámbitos educativos formales y no formales durante veinticinco años y en la formación en el diseño de políticas educativas públicas a nivel de Latinoamérica, es dable pensar que estas juventudes de clases medias-altas, poseen mayores posibilidades de acceso a los bienes materiales y simbólicos y, por consiguiente, a procesos de formación y mejores oportunidades de desarrollo laboral, académico y personal. Por otra parte, se partió también de la premisa de que los contenidos compartidos por estas juventudes y su alcance es distinto a los creados y difundidos por las juventudes de los estratos más bajos de la sociedad, sumado a que no fue la finalidad del presente trabajo realizar un estudio comparativo de índole socio-económico.

Dentro del amplio campo de estudio se decidió acotar la observación y seguimiento de los ejemplos a perfiles de individuos comprendidos entre 18 y 20 años por entenderse que se encuentran en una etapa de transición entre la adolescencia y la juventud temprana, o, dicho de otro modo, se encontrarían ingresando a su primera etapa de vida adulta. Esto fue considerado un indicador que podría ilustrar mejor los procesos de identificación y construcción de subjetividades de los sujetos observados debido que se encontraban en un momento de la vida en la que ya habían culminado la enseñanza media y, en

todos los casos, tenían opciones de formación superior. Esta decisión se fundó también en el entendido de que ya habían superado la etapa de sus adolescencias, por lo que podría pensarse que sus opciones, en este caso con respecto a su presencia en *Instagram*, estarían fundadas en alguna o algunas razones identificables por cada uno de ellos.

El proceso de trabajo realizado en el marco de este método inductivo revistió cierta complejidad debido al alto componente productivo que demanda de, en este caso concreto, la investigadora, y ciertas dificultades asociadas a no caer en la tentación de inscribir los casos a las teorías ya existentes, sino desarrollar un nuevo *corpus* teórico que no desconoce la teoría, sino que la utiliza como un término más de comparación, en unos ejercicios constantes de dicha práctica.

¿Qué se ha comparado en el presente trabajo? Por un lado, la enorme cantidad de imágenes observadas durante un período de un año de seguimiento riguroso de las cuentas de doscientos usuarios de la red *Instagram*, comprendidos en el grupo etario de 18 a 20 años, uruguayos. Por otra parte, las respuestas y explicaciones dadas por los participantes de un grupo de discusión de jóvenes -cursando una carrera de nivel terciario- sobre el valor configuracional de la *selfie*. Por otro, las respuestas a las entrevistas realizadas a informantes calificados, tomados como muestra del universo estudiado, así como el estudio en profundidad de sus casos. Por último, diversas explicaciones teóricas sobre conceptos relevantes para poner en juego en la construcción conceptual que se ha pretendido realizar.

Se seleccionó estudiar el fenómeno de la subjetivación utilizando *Instagram* como medio de recolección de evidencias en virtud de que las estadísticas muestran (ver antecedentes) que es la red social más utilizada por los jóvenes y, particularmente, por los y las jóvenes de clase media alta. Por otra parte, y de sustancial significancia en el marco de la presente formación de posgrado, es el hecho de que dicha red se creó como un dispositivo de toma, edición y publicación de fotografías. Los lenguajes mediante los cuales las personas “hablan” en *Instagram* son primordialmente audiovisuales, con muy poca utilización del lenguaje verbal, y en un papel claramente secundario.

Dentro de los casos estudiados, gracias a un ejercicio de codificación abierta, y en relación con la teoría relevada sobre aspectos sustanciales en los que se pretendió poner el foco, dentro de la macro noción construcción de la subjetividad, se apeló, por un lado a un ejercicio de pre-codificación, seleccionando autores que, en virtud de la formación previa de la investigadora, se consideraban relevantes y por el otro, a identificar expresiones de los propios participantes que arrojaban datos interpretativos por demás valiosos.

Con los datos recogidos se llevaron a cabo las operaciones analíticas necesarias para dar como resultado las categorías y, dentro de ellas, las distintas dimensiones que se presentarán en el análisis de los resultados.

De acuerdo con la Teoría Fundamentada, los procesos de comparación son los que finalmente permiten delimitar la teoría, para lo cual, de acuerdo con Soneira, es necesario llevar a cabo dos operaciones: “a. el criterio de parsinomia (o economía científica), es decir, hacer máxima la explicación y comprensión de un fenómeno con el mínimo de conceptos y formulaciones; b. el criterio de alcance (*scope*) que busca ampliar el campo de aplicación de la teoría sin desligarse de su base empírica.” (2021, p.157)

Teniendo como base este marco, a partir de la interpretación de los datos del presente trabajo se han reducido las categorías surgidas de las etapas de codificación a la categoría central: **la presunción del yo mismo** (misma). Esta opción responde a que esta categoría encierra un conjunto de expresiones que se han repetido con frecuencia tanto en las entrevistas como en el grupo de discusión, así como también en los mensajes que se han visualizado en la red *Instagram* durante todo el año de observación minuciosa. Por otra parte, **la presunción del yo mismo** engloba un conjunto de características que se evidencian en conductas, opciones discursivas, expresiones de deseos, operaciones semióticas, decisiones visuales y audiovisuales, y aportes teóricos.

Asimismo, esta categoría se desagrega en varios conceptos, también emanados de los procesos de codificación llevados a cabo, que se detallan en el análisis de los datos.

Por otra parte, en cuanto a la distinción que propone la teoría fundamentada sobre la base de las posibilidades de generalización de la teoría, la presente puede ser definida como una teoría sustantiva en tanto refiere a una misma clase de casos, sobre todo por la delimitación de la población estudiada a una franja etaria reducida (18 a 20 años) y a un nivel de pertenencia socioeconómica (clase media y media alta) de los casos estudiados que limita, claramente, la posibilidad de generalizar los resultados obtenidos, en términos conceptuales y categoriales a otras esferas de la población usuaria de la red *Instagram*.

Los individuos seleccionados para el estudio de sus casos fueron considerados representativos de la población estudiada, debido a que se trata de cuatro sujetos que se pueden identificar con cuatro formas distintas de “vivir” *Instagram* o habitar el mundo virtual, que se repiten en los otros individuos observados. La decisión por estos y estas jóvenes se realizó después de un período de seguimiento y estudio de los perfiles sostenido durante tres meses.

Descripción de las técnicas

Los datos tomados como base para la presente investigación pueden discriminarse, de acuerdo con el origen de procedencia en fuentes primarias y fuentes secundarias. Dentro de las fuentes primarias se utilizaron: imágenes observadas en su contexto de difusión en la red social Instagram; cuentas de Instagram de jóvenes entre 18 y 20 años; videos (*reels*) realizados por jóvenes, disponibles en sus cuentas de Instagram; estados de Instagram; anotaciones en el diario de campo de otros datos que surgieron de manera espontánea durante el proceso; estudio de caso de cuatro jóvenes seleccionados; entrevistas en profundidad a dos de los jóvenes seleccionados; registro de *focus group*.

En cuanto a las fuentes secundarias se apeló a: estudios realizados sobre el uso de las redes por parte de los/as jóvenes en el marco de la cultura occidental y material bibliográfico con el que se elaboró el marco teórico del presente trabajo y que permitiera entender particularmente a qué se hace referencia en el presente trabajo al hablar de construcción de subjetividad.

Observación

La observación sistemática de los perfiles de Instagram se llevó a cabo durante el período comprendido entre noviembre de 2020 y noviembre de 2021. Las pautas definidas para focalizar la atención hacia determinados aspectos comprendidos en el problema de investigación fueron las siguientes: datos de la página; persona que se presenta como titular del perfil observado; cantidad de “seguidores” y “seguidos” por la persona; tipos de imágenes: montadas, espontáneas, tomadas por otro, tomadas por sí mismo; motivos de las imágenes: autorretrato, paisaje, de género, bodegones; montaje: alteración de las imágenes, convivencia de más de un código (icónico, gráfico, sonoro); presencia del/la joven en las imágenes: corporalidad, criterios estéticos, eroticidad; reacciones del público frente a las imágenes: cantidad de “me gusta”, comentarios; identificación de patrones: ¿el/ la joven utiliza siempre una misma disposición corporal y/o gestual? ¿en qué entorno témporo-espacial se toman las fotografías? ¿se evidencia un patrón estético que caracterice al/ la joven? ¿los patrones utilizados se repiten en otros/as jóvenes?

A partir de esta observación sostenida se eligió a los cuatro jóvenes que se estudiarían en profundidad, en el mes de marzo de 2021, aunque se siguió la observación de otros perfiles, sobre todo en busca de patrones, coincidencias y diferencias entre perfiles similares (basados en la pertenencia a un mismo nivel socioeconómico, misma ciudad de residencia y misma edad) e incluso de alguna o algunas publicaciones que llamaran la atención por “romper” con los patrones que se venían observando. Esto último no sucedió durante el período de seguimiento de la cuentas.

Entrevistas

Las entrevistas en profundidad se aplicaron a dos de los jóvenes, de los cuatro casos estudiados. El criterio de selección respondió a que estos dos jóvenes (una chica y un chico) daban cuenta de una apropiación y uso notoriamente distinto de la red social Instagram, por lo que se pensó que podría dar lugar a unos mejores ejercicios de comparación y de categorización.

La pauta utilizada para la entrevista fue la siguiente:

¿Posees una cuenta en Instagram?

Describe tu experiencia con esa red social.

¿Qué contenidos publicas?

¿Cuántas personas miran tus publicaciones?

¿Por qué crees que las miran?

¿Piensas en lo que deseas que tus seguidores vean de ti, antes de subir un post o un estado? Explica

¿Sigues páginas de otras personas en Instagram?

¿Qué debe tener la página para que te den ganas de seguirla?

¿Crees que las personas que te siguen te conocen, en un sentido profundo del término? ¿Por qué?

Focus group

Se realizó un grupo focal con jóvenes usuarios y no usuarios de *Instagram* (un total de 30, de edades comprendidas entre 18 y 25 años, ambos sexos)

El tema de discusión fue el concepto y valor de la *selfie*.

Contexto: se estaba trabajando sobre el motivo retrato en la asignatura Educación Artística, Visual y Plástica de 2do año de Magisterio en el Instituto de Formación Docente de Paysandú, por parte de la investigadora. En este marco se les contó a los estudiantes sobre la investigación que se estaba llevando a cabo y se les preguntó si querían participar en una discusión sobre una nueva modalidad de autorretrato asociado a las redes virtuales y los dispositivos tecnológicos actuales: las *selfies*. Todos los estudiantes accedieron por lo que se proveyó de unas preguntas disparadoras, con antelación, y el día acordado se llevó a cabo el grupo focal. Se cuenta con registro de las respuestas de todos los estudiantes y de los intercambios que se fueron suscitando durante el encuentro.

Preguntas orientadoras:

¿En qué consisten las selfies?

¿Cuándo una fotografía es considerada una "selfie"?

¿Cuál o cuáles consideras que son las motivaciones por las que las personas se toman "selfies"?

¿Acostumbras a tomarte "selfies"? ¿Qué haces luego con ellas?

¿Posees una cuenta a la que subas tus "selfies"? Comenta por qué lo haces, qué esperas que suceda al subirlas y qué sucede realmente.

Diario de campo

Se utilizó durante todo el proceso de la investigación. En él se llevó registro de conversaciones espontáneas, reflexiones primarias en relación con los datos, apreciaciones sobre las observaciones de imágenes y actitudes.

La presunción del yo mismo: jóvenes en Instagram

Análisis de Datos

A efectos de analizar los datos obtenidos con las diferentes técnicas empleadas, las apreciaciones se agrupan en las dimensiones: sujeto, objeto, historias, contextos y relaciones. Esta opción responde a un concepto de la constitución de los individuos que se basa en la idea de que cada uno de nosotros asumimos nuestro “ser sujeto” en relación a los objetos, con los que nos vinculamos, lo que genera el conjunto de historias que configuran nuestra “historia” y que se explica, en gran medida por las circunstancias en que suceden los eventos de nuestra vida (contexto), a partir de las relaciones que establecemos con otros sujetos, con los objetos y con la interpretación de nuestras circunstancias e historias. En este sentido, es dable discriminar entre las dimensiones mencionadas e inscribir las categorías emanadas del presente trabajo investigativo en ellas.

El trabajo de campo y análisis de los datos se realizó de acuerdo con el cronograma previsto, aunque surgieron nuevas fuentes primarias de información que se ha entendido pertinente incorporarlas al trabajo, por su valor testimonial, particularmente una conversación espontánea en la que participó la investigadora y que se dio en el marco del tiempo en que se llevaba a cabo el trabajo de campo.

En cuanto a las observaciones, se realizó un seguimiento exhaustivo de los perfiles de cuatro jóvenes usuarios de la red Instagram (dos varones y dos mujeres) de 18 años todos. Los jóvenes pertenecen a familias de clase media-alta, aunque existen entre ellos diferencias en cuanto a sus historias personales y su acervo cultural y académico. Los jóvenes son egresados de Bachillerato en los cuatro casos, dos de ellos asistieron a colegios privados y los otros dos a liceos públicos. En los cuatro casos se trata de jóvenes que acompañaron su educación formal con actividades extracurriculares durante toda su etapa de formación primaria y secundaria. De los cuatro jóvenes, solo uno se encuentra estudiando en un nivel de educación superior (carrera

universitaria) y los otros tres, depositan en el uso de *Instagram* una suerte de promesa de futuro laboral.

Por otra parte, se realizó un seguimiento de las dinámicas y lógicas de funcionamiento de Instagram, del que han surgido algunas observaciones que no se habían anticipado relativas al uso que hacen personas adultas (entre 30 y 50 años) del ámbito educativo (docentes en actividad), de esta red. Se considera que, si bien este no constituye el público objeto de estudio, las observaciones podrían arrojar algunos datos de valor para comprender el uso que realizan los y las jóvenes de dicho dispositivo. En este sentido vale precisar que lo notable en las cuentas de las personas adultas mencionadas es que en apariencia buscan parecerse a las de los y las jóvenes, y no a la inversa. Esta presunción se basa en el hecho de que los y las jóvenes son quienes evidencian un uso más creativo y dinámico de la red y de los recursos que esta provee, en tanto en las personas mayores, las formas y los contenidos develan una mayor permanencia en el tiempo. Ejemplo de ello es la publicación de “historias”. Mientras los y las jóvenes demuestran exploración de los recursos audiovisuales tales como la composición de la imagen, la selección y combinación de filtros, la incorporación de juegos de interacción, etc., con ritmo sostenido y dinámico, las y los adultos mantienen durante más tiempo el mismo uso de sus contenidos. Si bien cambian las imágenes no cambian las formas en las que son presentadas como el motivo (retrato), el enfoque, la distancia de la cámara, el uso de la luz, la angulación y el encuadre. Particularmente es de destacar el caso de una mujer (39 años, maestra), que durante el período de seguimiento de las cuentas publicó, a diario, una foto de su rostro exactamente igual aunque con textos diferentes (opiniones personales): la pose era exactamente la misma en todas las tomas, el fondo también, y solo distinguían entre sí por accesorios como el peinado, maquillaje y vestuario. Si bien este no es el objeto de estudio, tal como se aclaró, sirvió para percibir una diferencia entre los y las jóvenes y los y las adultas en términos educativos o formativos. Los primeros evidenciaron encontrarse viviendo procesos de aprendizaje mediados por el uso de la red social *Instagram*, en tanto los segundos no.

Asimismo, se realizó una actividad de grupo focalizado en cuanto a la temática “selfies” y su respectivo análisis; se llevaron a cabo dos entrevistas en

profundidad a dos de los jóvenes observados; se revisó y adecuó el marco teórico y se definieron, sobre la base de los datos obtenidos las categorías de análisis. Por último, se contó con un diario de campo en el que se fue registrando, además de las observaciones propias de los casos “seguidos”, algunas apreciaciones y conversaciones espontáneas que surgieron en diferentes ámbitos (educativo y de esparcimiento) sobre el uso de Instagram y sobre experiencias particulares con dicha red social.

En el marco de los procesos de codificación y categorización realizados en la presente investigación se definió como categoría abarcadora o gran categoría “la presunción del sí mismo”. Esta opción responde a que, luego de interpretados, analizados y comparados los datos, a la luz, no solo del trabajo empírico sino también del proceso de búsqueda y selección teórica, se llegó a la conclusión de que todas las categorías en las que se fueron agrupando los distintos conceptos y conductas de los individuos usuarios de *Instagram* -con las acotaciones ya referidas en cuanto al universo de estudio – se dirigen, en última instancia, siempre a la puesta en práctica de unas acciones mediante las cuales los y las jóvenes presumen de un “yo mismo” del que consideran que son portadores. El hecho de presumir, tan cercano al concepto de simulacro propuesto por Baudrillard, se encuentra presente en el discurso de los jóvenes -tanto en el elaborado en forma pensada como en el expresado de forma espontánea en situaciones fortuitas que ocurrieron durante el presente proceso de investigación-. En este sentido se entiende que la percepción y racionalización que los jóvenes desarrollan en relación con sus experiencias en *Instagram*, así como también en relación con las experiencias de otros y otras jóvenes, no pueden entenderse exentas de unas motivaciones de presunción. Es decir, no se podría definir como macrocategoría, en este marco, el “sí mismo” *per se* dado que esa concepción, en apariencia resultante de una construcción personal de cada joven, parece tener sentido en su puesta a disposición de otros y otras consumidoras de contenidos de la misma red.

Es importante considerar que, en su base etimológica, presunción proviene del latín (*praesumptio*) y significaba vanidad, orgullo. Este término aparece por primera vez, listado, en el diccionario de términos castellanos de

Antonio de Nebrija de 1495. Luego el término fue evolucionando hasta contar en la actualidad con dos acepciones de acuerdo con la RAE:

1. f. Acción y efecto de presumir.

2. f. Der. Hecho que la ley tiene por cierto sin necesidad de que sea probado.

Se trata de una acción que, en el marco de la presente investigación, extiende su alcance semántico particularmente a la primera acepción, aunque es posible también, tomar del ámbito del Derecho la idea de “tener por cierto” algo sin necesidad de demostrarlo. *La presunción del sí mismo* refiere a la acción mediante la cual un o una individuo pone a disposición de otros, mediante la red *Instagram*, en este caso, la construcción que realiza en relación con su identidad. Tal como se propuso en el marco teórico, se trata de la creación de realidad a partir de la asignación de significados.

Por otra parte, en tanto acción de presumir, es necesario aclarar que, según la RAE, presumir significa:

1. tr. Suponer o considerar algo por los indicios o señales que se tienen

Presumo que quiere conocerte en persona.

2. intr. Mostrarse muy orgulloso de sí mismo o de sus cosas.

Presume DE ser el que más gana.

3. intr. Preocuparse mucho del aspecto propio para parecer atractivo.

Cuida mucho su vestuario porque le encanta presumir.

Ahora bien, cuando se propone la categoría *presunción del sí mismo* se está haciendo referencia a una acción mediante la cual el sujeto muestra lo que, en virtud, asocia a su ser y estar en el mundo, estableciendo una relación de identidad o de mismidad entre lo mostrado y su persona. Es decir, lo “mostrado” termina por perder referencia con el objeto que representa y el valor que el propio sujeto le atribuye emana de los efectos que causa dicho significante en el público que reacciona a partir de ello. En este sentido, es interesante recordar que, tal como se mencionó en el marco teórico, Lacan sostiene que justamente es el significante lo que le da vida al sujeto, en virtud

de lo cual, se trata de un proceso de construcción de significados llevado a cabo, por un lado, por el individuo que publica y por el otro por el individuo que reacciona. En este sentido, el significante es en sí lo que media en los intercambios comunicativos devolviendo al enunciador, en forma de “me gusta”, comentarios, seguidores, etc., determinada imagen de sí de la que, por una parte, presumió, y, por la otra, dio por sentada o supuso producir.

Gramáticas de la realización del yo

Antes de poner el foco en la presentación y análisis de cada una de las subcategorías que integran *la presunción del sí mismo*, se explica, a continuación, como entender la vida de los sujetos constituye un ejercicio que puede llevarse a cabo desentrañando lo que podría ser una gramática de la realización de su yo o sí mismo. En este sentido, cuando se atiende a los rasgos que definen la construcción de la subjetividad, en el marco de la fragmentación del sujeto en esta época de capitalismo tardío o lo que se expresó en el apartado La muerte del sujeto como fin del ego y supresión de la singularidad (Jameson), se está atendiendo a la dimensión sujeto de esta posible gramática mencionada. En este sentido, recordemos que se entiende por sujeto el efecto causado por las acciones discursivas en las que el individuo dice sobre sí y sobre la doxa o el sentido común (Pecheux) y que termina por ser, en efecto, una ilusión del yo individuo. En el marco de lo expuesto hasta aquí, el individuo sujeto nunca habla sobre sí, aunque lo perciba de esta manera, dado que se encuentra sujetado a determinaciones inconscientes y procesos de interdiscurso, tal como sostiene Pecheux. Por tanto, las dimensiones presentadas en estas gramáticas de la realización del yo, que se postulan en el presente trabajo, dan como resultado la constitución del sujeto en tanto individuo, y no a la inversa. Es decir, no se piensa en la existencia de un sujeto que dice sobre sí sino en un sujeto que es dicho por la convivencia e intersecciones de las otras dimensiones mencionadas.

Por otra parte, las dimensiones objeto, historia, relaciones y contexto, se explican, a su vez, por las categorías ilusión del sí mismo, *vidas monologales y guionadas*, *nuevos rituales de apareamiento*, *yo soy mi empresa* y *el aula Big Data*, aunque no de forma unívoca. Cada una de estas categorías puede

entenderse desde el análisis de las dimensiones mencionadas con una de ellas o más de una.

Dentro de la categoría central, *la presunción del sí mismo*, se agrupan las cinco categorías, expuestas en los párrafos precedentes, producidas a partir del análisis y codificación de los datos.

La ilusión del “sí mismo”

Esta categoría surge a partir de la constatación de que lo que los y las jóvenes muestran en sus perfiles de Instagram, tanto en sus historias, como en la descripción de su perfil, *reels*, *post*, representa quienes son, de acuerdo con su reflexión sobre el tema. En este sentido, explican que pretenden que quienes ven sus publicaciones sepan respecto a sus preferencias, gustos, ideas, valores, así como también se hagan una idea de lo que no forma parte de sus opciones personales en cuanto a individuo que se autopercibe como único y distinto. La denominación elegida en el presente trabajo, para esta categoría, responde a que, justamente, se encuentra presente una autopercepción por parte de los y las jóvenes que no tiene asidero en las evidencias concretas al comparar las cuentas de *Instagram*, se trata de una ilusión.

Ilusión es una voz que proviene del latín (*illusio- ionis*) y significaba engaño.

Se toma el término ilusión con la primera acepción que propone la RAE:

1. f. Concepto, imagen o representación sin verdadera realidad, sugeridos por la imaginación o causados por engaño de los sentidos.

Los rasgos conceptuales con los que se construye esta idea como subcategoría, en el ejercicio de elaboración teórica que se ha llevado a cabo en la presente tesis, toma elementos de las distintas evidencias recabadas, pero hace foco en las reflexiones aportadas por los participantes en el grupo de discusión que se describen a continuación.

Se trató de la realización de un grupo focal, ya presentado en el marco metodológico. Esta actividad se llevó a cabo el día 12 de mayo de 2021, con la participación de 30 jóvenes de edades comprendidas entre 19 y 25 años.

El análisis de las opiniones e intercambios surgidos a partir de esta actividad integrarán la categoría de análisis “objeto”, en el entendido de que la producción de las *selfies* implica la toma de decisiones con relación a qué mostrar, cómo hacerlo y dónde, por lo que podemos pensar que se trata de la construcción de un objeto difundido como contenido para ser puesto a disposición de otros. A su vez, dicho objeto constituye en sí mismo un referente en tanto es la imagen visual que recibe el o los interlocutores en el proceso de intercambio y difusión que provee *Instagram*. Nos encontramos, por tanto, frente a enunciados de enunciación en los que no se requiere de materialidad para significar (Brea), sino por el contrario, la imagen es a la vez referente y significado en los procesos semióticos de los que participan los individuos usuarios de *Instagram*.

Una de las observaciones que se puede extraer de los registros de esta actividad es que la acción de tomarse “*selfies*” responde a varios motivos entre los que prevalecen: diversión, costumbre, cotejar la propia imagen, dejar testimonio, elaborar un producto visual que habilite la comunicación con otros. Es bastante revelador, en este sentido, que la mayoría de los participantes asociaron la práctica mencionada al juego y la diversión, es decir, la ludificación de la vida, característica de esta época como menciona Han (2014). Por otra parte, todos y todas las participantes realizan la práctica de tomarse “*selfies*” habitualmente y el medio de difusión por el cual las exhiben es básicamente *Instagram*, que consideran que fue creada con ese fin.

Los participantes demuestran, asimismo, un dominio que denota cierta experticia en términos y conceptos asociados al mundo de la fotografía, sin que ninguno de ellos posea formación académica al respecto, refiriendo a angulación, encuadre, luz, planos, lo que permite pensar en que el propio uso de estas dinámicas de autofotografiado y exhibición mediática ha habilitado procesos de aprendizaje en marcos de educación informal.

En este sentido, en cuanto a los procesos de educación informal a los que hice mención es posible que no se dé únicamente un aprendizaje por imitación, sino que quien desee “aprender” para mejorar la pre y post producción de sus contenidos, puede acceder a tutoriales de *Youtube* e, incluso, aprender del intercambio con otros usuarios de la red. En la

observación que se ha estado realizando se constata la similitud de formatos de presentación de los contenidos entre jóvenes que aparentemente tienen unas similares intenciones en relación con el uso de la red.

Entre los participantes, la mayoría sostiene que la práctica de “subir” “*selfies*” en forma periódica, que muestran la presencia del sujeto en diferentes eventos de su vida es en realidad una “puesta en escena” que no refleja la vida tal como es, que “no es fiel” a la realidad vivida del sujeto, sino que de alguna manera se trata de una creación, una producción con intención de causar determinados efectos en otras personas con las que, en virtud, se estarían estableciendo procesos de comunicación mediados por imágenes. A su vez, esta práctica de vinculación con los espectadores de dichas creaciones genera en el individuo emociones y sentimientos de autosatisfacción que le permiten reforzar su autoestima a la vez que desarrollar “sentido de pertenencia al mundo”.

Es de destacar cómo los participantes llegan a realizar reflexiones de gran profundidad en cuanto a la práctica de compartir en forma constante imágenes de sí -o de lo que se desea mostrar vinculado a su persona- señalando incluso que la simple pronunciación del término “*selfie*” en una reunión o un evento de índole social determina que las personas adopten determinados gestos y posiciones corporales de manera automática, como si fuera requisito de la toma que las personas demuestren siempre un estado de felicidad y bienestar. A pesar de ello, de reconocer la no identidad entre lo mostrado -o posteado- y la realidad vivida, los participantes participan de esta práctica de tomarse “*selfies*” y de exhibirlas como una condición de su época.

La mayoría de los participantes expresaron que se arreglan y tratan de mejorar su representación en la imagen mediante la búsqueda del mejor ángulo y encuadre, una buena luz, el uso de filtros, la incorporación de textos y otros elementos como *emoticones* o *gif*, buscando que lo visto por la comunidad que accede a su cuenta de *Instagram* los perciban de la manera en que desean ser vistos y que, además, les dé su aprobación mediante *like* o mediante algún intercambio de otro tipo.

Varios de los participantes hablan de “necesidad” al referirse a la práctica de tomarse *selfies* y compartirlas en alguna red.

Dentro del grupo de participantes, una de las chicas expresó que, durante bastante tiempo, realizar esta práctica era lo único que le permitía sobrellevar el estado de angustia en el que vivía. Refiriéndose a su historia expresó que “cuando veo como subía todo el tiempo fotos y estaba pendiente de las reacciones de los otros, siento pena por mí misma”. Asimismo, reconoce que aún realiza dicha práctica, pero con menos dependencia o vinculación entre esta y sus estados de ánimo. Al parecer, la reflexión de esta chica, en relación a su vínculo con la práctica de compartir sus “selfies” podría explicarse a partir de considerar la existencia de los nuevos tipos de emocionalidades propios de esta época, a los que Jameson denomina intensidades. El individuo suprime su singularidad o los rasgos que definen sus vivencias, sentires y emociones, a costa de lograr la aceptación en el mundo hipermedial, y se hace cargo de la responsabilidad que se deposita en él, en este momento de la historia de la cultura occidental, de ser producto de un ejercicio solitario de autocreación y autoformación, tal como afirma Eagleton.

En cuanto a las motivaciones, la mayoría de los participantes sostuvo que oscilan entre dos intenciones: presumir y sentirse bien, en tanto la aprobación del otro es vivida como una aprobación de la propia existencia de uno en el mundo virtual, que es en definitiva el mundo habilitado para todos y todas. También refirieron a la afectación que puede sufrir la persona cuando su presencia en *Instagram* pasa desapercibida o apenas visible para las personas de su contexto más cercano de convivencia -o el mundo que se desea habitar-.

Se entiende que esta práctica de tomarse fotografías con los aparatos inteligentes como celulares o tablets y publicarlas en Instagram no se limita a los jóvenes seleccionados como población objetivo del presente trabajo, sino que se extiende a otros rangos etarios y socioeconómicos.

De acuerdo con Barthes, la fotografía modifica al referente, y en ello se puede volver sobre lo expresado por los participantes del grupo de discusión. Expresa el autor, en este sentido:

Cuando me siento observado por el objetivo, todo cambia: me constituyo en el acto de “posar”, me fabrico instantáneamente otro cuerpo, me transformo por adelantado en imagen. Dicha transformación es activa: siento que la Fotografía crea mi cuerpo o lo mortifica, según su capricho. (1990, p.40 y 41)

En el sentido de lo expresado hasta el momento, podemos pensar que el individuo realiza su presencia en el mundo virtual instalando un cuerpo que no necesariamente es el cuerpo biológico con el que actúa en su vida cotidiana de relación fuera de Instagram, o lo que es lo mismo, en el mundo material inmediato. Asistimos, por tanto, a una descentración del sujeto, en el sentido en que lo postula Jameson, caracterizado por unos sutiles procesos de fragmentación y de sujeción a las expectativas que ese otro mundo deposita en el individuo -o que este percibe que deposita en él-. El individuo termina por ser la ilusión que crea de sí mismo.

Vidas monologales y guionadas

Aparte del caso de la entrevistada (A), que se presentará en este apartado, ha habido otras observaciones a destacar.

Al realizar el seguimiento de unas cuantas cuentas de Instagram durante más de un año, se han notado algunas particularidades en los perfiles y en el uso que se hace de estas. En la mayoría de los casos se advierte la producción audiovisual que se pone en juego a la hora de *postear* algún contenido. En este sentido podemos identificar que algunos y algunas usuarias imponen una determinada estética en sus publicaciones, evidente en el motivo o asunto de la imagen, las tonalidades, el encuadre utilizado en las *selfies*, la angulación, los filtros elegidos y los textos añadidos a las imágenes. De las cuentas seguidas, unas cuantas fueron de mujeres entre 30 y 50 años en las que se podía ver una imagen suya mínimamente una vez por momento del día, y todas eran idénticas en cuanto a la toma, aunque cambiaba el atuendo o los accesorios y el fondo, tal como ya se mencionó. A este tipo de práctica le llamo monologales, debido a que la persona irrumpe con su presencia, al menos tres veces por día, sin ninguna novedad o historia (en apariencia), como si se tratara de una conversación a solas o un pasaje por frente del espejo. Ni

siquiera parece que esta acción esté sujeta, como si lo está en el caso de los y las jóvenes, a la respuesta de los posibles receptores o espectadores, es decir, a los procesos de recepción, sino a un acto de diálogo consigo misma.

Por otra parte, al consultar a varias personas adultas la razón por la cual, además de poseer una cuenta de Instagram, ingresan frecuentemente a “revisarla”, aunque no “posteen” nada, la respuesta más extendida fue “la gente lo hace para sentirse menos sola”. Esto abre una serie de interrogantes que parecen ser sustancialmente muy potentes para un estudio futuro, aunque no es posible darles tratamiento en el presente trabajo, a fin de no perder el objeto de estudio con el que se ha venido trabajando.

Caso A

Se trata de una chica de 18 años que ya culminó el bachillerato, opción artística, en el año 2020. Durante el presente año no se inscribió en ninguna carrera de grado. No trabaja, al menos de forma dependiente, se encuentra realizando retratos al óleo por encargo.

Desde el año 2020 posee una cuenta de Instagram. La abrió con la finalidad de darse a conocer como artista. Comenzó subiendo sus dibujos y luego, cuando comenzó a incursionar en el trabajo en óleo, fue incorporándolos.

Al principio, antes de comenzar a utilizar su cuenta para promocionar su obra, se hizo seguidora de varios jóvenes que utilizaban la red con la misma finalidad, y fue evaluando la cantidad de seguidores y de *likes* de cada uno de ellos en virtud de la publicación que subía. A partir de ello, diseñó cómo sería su página. Es en este sentido que se decidió proponer la categoría *vidas guionadas* que se inscribe en la dimensión *historia* de las presentadas en el apartado gramáticas de la realización del yo o del sí mismo.

Al principio, durante el año 2020, se sintió bastante frustrada y, en algunas ocasiones, molesta, debido a que, según su juicio, tenía pocos seguidores en relación con los que tenían otros que, según ella, “no tienen talento”.

Poco a poco el mantenimiento de su página comenzó a insumirle la mayor parte de su tiempo, motivada con la posibilidad de “vivir del arte”.

El primer año fue infructífero en cuanto a lo que ella pretendía lograr, dado que, según sus dichos, solo la seguían personas que simpatizaban con ella pero que no valoraban su obra.

A raíz de lo sucedido, A empezó a subir historias diariamente sobre su vida privada. En estas historias ella se filmaba llevando a cabo sus rutinas (al levantarse, mientras pintaba, con su perro, comiendo, bebiendo café, antes de salir, después de maquillarse, cuando regresaba de la salida, con su novio, etc.) Lo llamativo de estas historias es que en todas (a menudo cerca de veinte por día) ella se muestra y se autodefine expresamente como una persona deprimida. Explica cómo va manejando su depresión cada día, a cada momento, y vincula ello con las actividades que realiza a diario. Esta opción, de convertir su propia vida -o la vida que va construyendo por medio de sus historias – en contenido se convirtió en una práctica frecuente.

Ella se considera *influencer* porque cree que es una referente de otros jóvenes que no sienten motivación por nada y, de hecho, interactúa con sus seguidores, mediante juegos y encuestas que pone a consideración de su público y a los que luego da respuesta.

Por otra parte, sigue mostrando sus creaciones, mediante el proceso, pero como resultado de sus propios procesos de tramitación de la depresión.

En cuanto a lo técnico, si bien utiliza algunos conocimientos que posee, sobre iluminación, encuadre y angulación, así como de composición audiovisual -por su formación de bachillerato- también utiliza formas de “mostrar” sus contenidos que le han dado resultado a otros *influencer*.

Sus perspectivas de futuro son seguir una carrera de grado (aún no ha decidido cuál) y apostar a perfeccionar el uso de la red Instagram u otras, para posicionarse como artista, lograr pedido de trabajos y adquirir reconocimiento.

En este punto es interesante considerar lo propuesto por Jager en cuanto a que los discursos ejercen poder y operan sobre las personas condicionando sus formas de habitar el mundo. Esta chica construyó una

realidad a partir de sus discursos sostenidos durante, a esta altura, dos años, de lo que es vivir sujetado a unos procesos permanentes de depresión, en los que, todo evento compartido en Instagram es un signo que hace público el padecimiento asociado a esa enfermedad. Es importante destacar que la mencionada chica no se encuentra en tratamiento por esta patología, sino que es una construcción constituida como efecto de los significantes, en el sentido que plantea Lacan. Ella ha creado una historia sobre una chica deprimida que se descarga -o comparte- por medio de *Instagram* en relación con una dolorosa experiencia de vivir en el mundo. Su historia es una ficción -guionada-, que, sostenida en el tiempo, con una constancia digna de admiración, ha terminado por constituirse en lo que ella es: una artista frustrada que solo es comprendida y sostenida por sus seguidores en línea. En este marco, es interesante recordar lo propuesto por Han, abordado en el marco teórico del presente trabajo, en relación con lo que postula como dataísmo o una especie de reinado de los datos cuantificables por sobre las experiencias vitales. La chica se siente más comprendida y más acompañada en su padecimiento producto de la depresión en tanto más personas responden a sus historias dándole ánimo, diciéndole que es valiosa y que podrá superar ese estado, así como también, prestando cierta atención a sus ilustraciones y pinturas. De hecho, en sus publicaciones diarias, ella habla sobre cuántos seguidores se han preocupado por su estado y les agradece, así como también manifiesta expresamente su descontento cuando los datos le arrojan un resultado que no es el esperado por ella.

“Nuevos rituales de apareamiento”

Si bien esta categoría fue elaborada a partir del trabajo con el estudio particular del caso de un joven, en el marco del trabajo de campo, aconteció un evento no previsto que se consideró de valor para ilustrar lo que desarrollará luego.

Se destaca que esta categoría se enmarca en la dimensión propuesta como *relaciones*, en el contexto de la explicación realizada en lo que se ha dado en llamar, a efectos del presente trabajo, *gramáticas de la realización del yo o del sí mismo*.

Ejemplo ilustrativo

En una conversación casual (noche, agosto, 2021), en un lugar de esparcimiento -pub- en el que estaba presente, dos chicos (26 y 27 años) y una chica (21 años), comenzaron a conversar sobre una muchacha que pasó cerca de la mesa en la que estábamos y que les pareció muy atractiva. Uno de ellos manifestó que tenía que conseguir su *Instagram*. Ante esta expresión les pregunté por qué conseguir su Instagram si la persona estaba allí presente a partir de lo cual se generó un intercambio muy interesante en relación con cierta “seguridad” que les da que las relaciones comiencen por ese medio. Según los jóvenes, si abordan a alguien de forma directa y presencial esto es tomado como acoso porque ninguno de ellos -los jóvenes- espera que esto suceda. “La forma de conquista ahora es por las redes, son los nuevos rituales”-afirmó la chica que se encontraba en la conversación – “si alguien se te acerca lo único que puede lograr es que le pases tu Insta o tu Face, si quiere más que eso ya es considerado un abusivo”.

El relato anterior refleja, de alguna manera, el contexto en el que Instagram instaura, tal como lo expresa el chico que se presentará a continuación (B), los nuevo rituales de apareamiento o de cortejo.

Es interesante destacar que llama la atención la asociación que realizan las nuevas juventudes del acercamiento físico y la instancia de la conversación en el espacio compartido con actos cargados de intencionalidad delictiva. Esto también genera una serie de interrogantes que podrían ser recogidas para una futura investigación. Si una persona resulta atractiva para alguien que está presente en el mismo sitio y desea establecer algún tipo de acercamiento con ella, ¿por qué ello se percibe como acoso o como una suerte de violación del espacio privado? ¿De qué manera están configurando las nuevas juventudes las relaciones con sus pares? ¿Qué tanto ha incidido y está incidiendo esta nueva sociedad hipermediatizada en el cambio de percepción de los vínculos humanos? Entonces, para vincularse afectiva o sexualmente con alguien, ¿es condición mediatizar el acercamiento con un dispositivo de creación y difusión de imágenes?

Caso B

B es un joven que cumplió 19 años en agosto de este año. Estudia una carrera terciaria y cuenta con un importante acervo cultural y académico. Él no utiliza *Instagram* con la finalidad de promocionar nada -en cuanto contenido- ni de ofrecer una forma particular de perfil. Ingresa a menudo a la red pero con una intención clara: vincularse con chicas de su edad. Según sus dichos, *Instagram* habilita los “nuevos rituales de apareamiento”. Ha elaborado una teoría en relación con el funcionamiento de esta red social y la describe de la siguiente manera.

El joven se creó un perfil de usuario de *Instagram* con algunas fotos que mostraran especialmente algunos rasgos de su carácter y gustos y aficiones personales, así como también una determinada perspectiva estética. Evita “abusar” de la función subir historias y solo lo hace cuando esta representa algún indicio de estar compartiendo un momento ameno con amigos y amigas, pero en lugar de compartir los retratos de las personas, elabora una imagen que insinúe: por ejemplo, una mesa en la que se ve un juego de cartas y las manos y piernas de quienes están jugando, o una caminata en el campo (tomada en plano general por otra persona), y agrega a la imagen algún tema musical de su preferencia.

Por otra parte, busca, entre las y los usuarios, personas con las que desea vincularse. Para seleccionarlas el criterio que utiliza se basa en lo que representan las imágenes que estos suben. Busca, especialmente a personas de su edad que utilicen criterios similares a los suyos para compartir en “historias” o en el propio muro de *Instagram*. Una vez que encuentra a alguien que le interesa comienza a “seguirlo” y si esa persona le devuelve el gesto (también comienza a “seguirlo”) observa todo el contenido de su perfil y le da “like” a alguna foto reciente, alguna foto de mayor tiempo de publicación, pero “nunca a todas ni a las que se muestre demasiado el cuerpo” De esta manera, según su juicio, él muestra interés en la persona no en su cuerpo o dicho de otro modo “un interés no sexual”. Una vez hecho esto, aguarda la reacción de la persona. Si esta reacciona a una de sus historias, inicia una conversación por chat. En general comienza preguntándole a dicha persona si se conocen de algún lugar, de esa manera logra obtener información sobre lo que su

interlocutor hace, los lugares que frecuenta y sus gustos personales. Con esa información a disposición evalúa el posible interés en desarrollar un vínculo.

Según B, existe un código propio de *Instagram* que manejan quienes lo usan con intenciones de cortejo: “Si uno reacciona a una historia y la persona (protagonista de dicha historia) contesta con un “me gusta”, está habilitando a que se genere una charla mediante el chat, en cambio si no responde, significa que no tiene interés en establecer un intercambio”. De la misma forma, “si la persona ve que le pusiste “me gusta” a un post de hace un tiempo se da cuenta de que la has estado viendo y que tienes interés, no solo en relacionarte, sino en conocerla”.

Ante mi pregunta en relación con en qué punto de la charla se produce el encuentro presencial entre las personas, el joven expresó “a veces nunca, pero, en general, después de haber charlado frecuentemente con la persona durante dos o tres semanas, se pide el número de *WhatsApp*, y si te lo da, eso es como un sí, como una cita”.

De acuerdo con este entrevistado, *Instagram* constituye un medio para vincularse con otras personas, en sentido sexual y/o amoroso. De hecho, sostiene, al igual que otros jóvenes con los que se habló sobre el tema, que es más efectivo que un abordaje directo de la persona en la cual se tiene interés.

Podemos apreciar, de acuerdo con el testimonio de este joven y al relato de la conversación precedente, que se atribuye la condición de sujeto, es decir, se asocia a alguien con una determinada subjetividad, en el sentido de ser y estar en el mundo, a partir de los significantes producidos por su discurso y expuestos en la red. En este sentido, se vuelve sobre el planteo de Lacan en cuanto a que el sujeto es en tanto efecto del significante.

Las nuevas juventudes eligen vincularse por medio de las redes sociales como condición previa a unos posibles vínculos materiales. Es decir, la vinculación entre jóvenes prescinde del cuerpo físico y lo sustituye por las imágenes que dan cuenta de una corporalidad distinta y sin identidad con el propio objeto representado. Se puede pensar, en este sentido, la creación de unas nuevas corporeidades que ofician como contenido y disparan los procesos semióticos en que el otro -receptor- construye los significados que

finalmente son los sujetos con los que se vincula o pretende vincular, en esta suerte de nuevos rituales de apareamiento. Tal como sostiene Jager, el individuo no hace el discurso sino por el contrario es el discurso, lo que dice, ya sea por medio de imágenes u otros códigos, lo que finalmente da como resultado la expresión de la subjetividad del individuo. Como se ha visto, este autor también añade la idea de que el discurso es siempre supraindividual, y en el marco del presente análisis es dable pensar que lo que una chica o un chico dice, aparentemente sobre sí, en Instagram, es, en definitiva, lo que aporta al discurso que lo incluye y excede. Es decir, cada uno habla, finalmente, por muchos otros, aunque tenga la ilusión de que lo hace exclusivamente por sí. Por tanto, cuando el o la joven es atraído por una forma de contenido presentado por alguien, es atraído por una forma de ser sujeto, no por el individuo dueño de la cuenta de *Instagram*. A su vez, estos actos semióticos de participación en los procesos de significación producidos por los discursos mediáticos, habilita el conjunto de identificaciones en el que participan los y las jóvenes. La identidad, mediante los actos de identificación, se construye, tal como sostiene Aramendi, en relación con el afuera simbólico. Es decir, el sujeto es un individuo en la medida en que el otro valida su presencia en el mundo, en nuestro caso, hipermediatizado. A su vez, en esta búsqueda de validación que habilite identificaciones y, por consiguiente, construcción de yo, se elaboran, o resultan como efecto, necesariamente las coordenadas temporales y espaciales en que esa existencia tenga lugar y sentido.

Resumidas cuentas, se puede pensar que estos nuevos rituales de apareamiento no hacen sino dejar en evidencia que la otrora necesidad del contacto de cercanía de los cuerpos en virtud del logro de posibles relaciones sexuales y/o afectivas, no solo no es necesario en la actualidad sino que, a la postre, es rechazado y desestimado por los y las jóvenes, y sustituido por el encuentro hipermedial de otras corporalidades que se hacen presentes y se realizan mediante su representación icónica.

“Yo soy mi empresa”

Esta categoría se enmarca en lo que se ha identificado, en el presente análisis teórico como la dimensión *contexto*, dentro de las *gramáticas de la*

realización del yo o del sí mismo, dado que implica unas maneras de vinculación subjetiva que incluye posibles modalidades de inserción en el mundo laboral y económico por parte de los y las jóvenes. En este marco se presenta a continuación el análisis de los datos recabados del estudio de una joven y un joven de los presentados en la metodología, nominados como casos C y D respectivamente. Si bien comparten formas de acción en Instagram similares, y los análisis son coincidentes en algunos puntos, presentan, sin embargo, sutiles diferencias a considerar y que se apreciarán a continuación.

Casos C y D

C es una joven de 18 años. Físicamente se encuentra de lo que podríamos considerar un prototipo de chica del ámbito del modelaje: rubia, delgada, ojos claros.

Ella comenzó a usar *Instagram* con fines sociales. Subía fotos de sí misma en diferentes situaciones corrientes para personas de su edad. Poco tiempo después de abrir su cuenta, se comunicó con ella un fotógrafo local y le ofreció enseñarle cómo tomarse las fotos para que pudiera convertirlas en un producto que le diera ganancias económicas. Ella aceptó y desde entonces dicho fotógrafo comenzó a asesorarla sobre la posición del cuerpo, el fondo de las imágenes, el encuadre, los gestos que debía hacer, el grado y tipo de maquillaje que debía usar según lo que deseara transmitir. Al seguir las indicaciones de este “asesor” ella empezó a recibir ofertas de empresas para promocionar sus productos. Desde entonces cada fotografía que publica en la red es auspiciada, y gracias a ello accede a beneficios en productos de consumo personal, así como viajes, estadías en hoteles, vestimenta. Ella se convirtió, como consecuencia de la intervención del fotógrafo en una “marca” que promociona marcas, con un total de 1818 seguidores en la actualidad. De acuerdo con sus propios dichos, ella aprovecha esta situación, aunque no es lo que desea para su futuro. Asimismo, se le acercaron otras personas ofreciéndole contratos para convertirla en *influencer* pero ella rechazó esta posibilidad porque, en su propia voz “yo soy mi empresa”, y el hecho de asumir un contrato, entendió que la limitaría en cuanto al tiempo que ella quisiera dedicarse a “este trabajo”. Ella lo vive de forma natural, de acuerdo con lo expresado en la entrevista, y siente que tiene unas posibilidades de acuerdo

con su apariencia que debe aprovechar. Sin embargo, a medida que las marcas comenzaron a utilizar su imagen algunas exigencias aumentaron, al punto de que hoy, cada historia o post que publica en la red Instagram es previamente preproducida y luego posproducida con la participación del fotógrafo -que pasó a ser su fotógrafo personal-, una asesora de imagen, una vestuarista y una maquilladora. Incluso cuando sube fotos, que en apariencia son casuales, con su grupo de amigos, ella está promocionando algún producto de consumo, aunque no se expresa, en ningún caso, explícitamente.

En el mismo sentido, D, otro de los chicos estudiados, comenzó con 17 años a notar que cada foto que subía a *Instagram*, haciendo poses que imitaba de otros jóvenes catalogados como *influencer*, iba aumentando la cantidad de seguidores, por lo que decidió convertirse él mismo en *influencer*. Al observar las publicaciones del joven podemos apreciar que en todas utiliza unos mismos gestos, aunque cambie la situación o evento en el que se muestre. Su producto -el objeto- es su cuerpo, en particular su torso y su rostro, que muestra en todo momento. Este chico tomó la decisión de convertirse en *influencer*, y, de hecho, llegó a tener más de 32000 seguidores en 2020 (actualmente, 2022, cuenta con 35700). Todos los días subía una nueva foto, que sus seguidores apoyaban con un “me gusta”. A medida que fue pasando el tiempo, el joven comenzó a incluir otros “productos” para su “público”: historias en las que se mostraba, aparentemente, de forma ridiculizada (montando en moto en el fango, cayendo en el barro y cubriendo su cuerpo con él, cuidando a su hermano bebé y hablando con él mismo o con su perro).

Al igual que en el caso de C, le ofrecieron un contrato de trabajo para representarlo como *influencer* y “vender” su imagen. Él aceptó y comenzó una nueva etapa en su uso de *Instagram*. Básicamente todo lo que mostraba era en sí mismo un objeto consumible, ya fuera que se tratase de la marca de la moto, la marca de la ropa, la peluquería que le arregló el cabello. Sin embargo, después de un tiempo su “empresa” comenzó a decaer debido a las exigencias contractuales que no logró cumplir. El contrato establecía que él no podía subir ninguna historia o post fuera de los acordados con su representante, pero incumplió con el acuerdo y siguió subiendo algunas historias “por su parte”.

Esto llevó a la rescisión del contrato y a un giro en su perfil, que tomó mayor independencia y aumento de número de seguidores, teniendo actualmente 40200 (2021). Al igual que C, D representa varias marcas y obtiene rédito por ello. Luego de un tiempo actuando por su cuenta, volvió a prescribir contratos con determinadas marcas, lo que volvió a restringir su uso de la red, así como el número de seguidores, pero que le habilitó trabajar de ello.

Como apreciamos en ambos casos, el mundo mediatizado y virtual que *Instagram* habilita, no solo media en la conformación de sus subjetividades en términos del concepto que cada joven elabora sobre sí mismo, la creación de una realidad nuevas, y unos nuevos modos de relacionamiento, sino también en la configuración de unos posibles presentes laborales.

La circulación del conocimiento fuera de la institucionalidad educativa formal: el aula *Big Data*

Como podemos ver, la circulación de conocimientos ya no se limita a la esfera de la institucionalidad educativa formal y no formal. Las nuevas juventudes integran un mundo no localizable en el espacio físico que, además de contar con los elementos constituyentes de todo grupo, configura en sí mismo una nueva institucionalidad. Se trata de un campo de circulación, enseñanzas, aprendizajes, valoraciones, vínculos, y representaciones que se ha instituido en parte, gracias al uso creciente que han hecho los propios usuarios, pero también, a los proveedores de este nuevo mundo hipermedial que no escatiman esfuerzos para convertirlo, cada vez más, en un universo semiótico que ofrece más gratificaciones y de manera más inmediatas que el mundo del afuera en que las personas respiran, deben procurarse alimento, vivienda y abrigo, enferman, sufren, sienten, y se encuentran durante toda su vida sometidos a normas.

A la manera de los gremios y de las academias de antaño, quien posee los conocimientos -domina los medios- los pone a disposición de los recién llegados. Algunos de ellos los toman y configuran con ello el simulacro, el perfil, el yo deseado y deseante que se instala en ese mundo atemporal y no espacial ya sea para anular o mitigar los efectos de las exigencias de la sociedad contemporánea, evidenciadas en términos de estrés, angustia, sensación de

extrema soledad, incomprensión, y presiones o para construir su proyecto de vida.

La educación informal estuvo, durante la teorización del siglo XX, destinada a la familia de crianza de las personas, al barrio, a la religión y otras instituciones sociales que “preparaban” a los más jóvenes para su inserción en la vida social y laboral como miembros funcionales y, en el mejor de los casos, autónomos. Hoy podríamos estar frente a un deslizamiento de ese rol hacia las redes sociales como *Instagram*.

En el caso del conocimiento audiovisual, en tanto lenguaje y en tanto manifestación artística, los usuarios de *Instagram* necesariamente aprenden en comunidad, ya sea por imitación o por instrucción directa. Aprenden el valor de la imagen en los intercambios vinculares y de sentido, aprenden a usar los dispositivos tecnológicos de captación y de postproducción de imágenes fijas y en movimiento, aprenden a crear y difundir el objeto que es algo por fuera de sí pero que los representa. De manera que sujeto y objeto pierden sensiblemente las fronteras que los distinguen.

Ahora bien, en el correr de los últimos tres años se ha evidenciado un notorio cambio en el acceso al conocimiento por parte de los/as jóvenes. Si bien cuando se comenzó el presente informe, el conocimiento en cuanto a la imagen y su tratamiento constituía un conjunto de conocimientos que particularmente se difundía por parte de los usuarios de la red o, en algunos casos incipientes, por parte de personas formadas en el campo audiovisual que “seleccionaban” a jóvenes a quienes proponían “formar” para el logro del crecimiento de seguidores, lo que prometía una mayor presencia en ese otro mundo, e incluso, influencia, actualmente esto ha cambiado. En este sentido, lo que se ha constatado en el presente año es la proliferación de propuestas de formación en línea destinadas particularmente a la enseñanza de manejo del perfil del usuario o usuaria específico e, incluso, propuestas de gestión de las redes particulares. En tales casos han proliferado en forma sustantiva las promesas de convertirse en un profesional de la fotografía en 15 días, o un *influencer*, prometen presencia y permanencia con expresiones del tipo “hazte viral”. Hay rasgos que trascienden la esfera de lo individual-personal de los sujetos usuarios de *Instagram*, y que involucra el campo de la publicidad como

industria que ha cooptado, también, los espacios hipermediales, desde la habilitación que le cedió la nueva firma dueña de la red social *Instagram* a partir de los años 2015 y 2016, con la incorporación de los anuncios.

Tal como sostiene Han, el Big Data se ha convertido en el gran regente que hoy por hoy codifica, interpreta, regula y predice las conductas o comportamientos de consumo de los usuarios de las redes sociales. En el caso particular de *Instagram*, se puede pensar como el gran maestro que guía, orienta, habilita permisos, pone a disposición medios de aprendizajes, para que sus usuarios sobrevivan en ese mundo atemporal e inmaterial. De la misma forma que el o la maestra y los profesores, en el marco de la educación formal, preparaban, o tenían el mandato de preparar a las nuevas juventudes para su futuro en sociedad y para la realización de una vida productiva, hoy ese rol se encuentra ampliamente cumplido por lo que sucede y no sucede en el gran aula Big Data.

Los conocimientos son de variada naturaleza. Los “alumnos”, ilusionados con estar participando de una construcción identitaria singular participan pasivamente de unos agenciamientos de enunciación, en el sentido propuesto por Guattari y Rolnik, que producen subjetividad a ritmos solo identificables con el dado en las producciones fabriles. En este sentido, la subjetivación toma la forma de control de los individuos que, ilusionados de su singularidad terminan por ser idénticos al resto, en el sentido que lo proponen Han, Guattari y Rolnik, Bauman y Brubaker y Cooper. Como se mencionaba en el epígrafe de inicio, terminan por habitar un mundo caracterizado por ser un “infierno de igualdad” (Han).

Ahora bien, en el momento actual, no es posible “hacer la vista gorda” y desestimar el enorme vacío que los procesos de educación informal (a cargo de los grupos de convivencia) y de educación formal han dejado en esas nuevas territorialidades. Las nuevas juventudes aprenden lo que perciben como necesidades para formar parte del mundo en el que su yo encuentra asidero, lugar. Y esos sitios de acontecimiento de los hechos educativos ya no se perciben dentro de los salones de clase sino en el mundo *Instagram*, entre otros.

Así, los sujetos, el efecto sujeto del que hablaban autores como Lacan y otros provenientes del campo de la Semiótica, son tales en la medida en que participan de un conjunto de relaciones con otros, mediadas por los objetos creados a tal fin, construyendo sus propias realidades, que les permitan pertenecer y permanecer, al tiempo adaptarse al contexto que la dinámica de la red impone.

Como se adelantó, durante el último año se ha notado la proliferación de empresas que ofrecen formación para que lo anterior suceda. Estas empresas no son más que el resultado de la demanda del propio mercado, aspecto que no será de análisis en el presente trabajo. Como podemos apreciar a continuación, ofrecen cursos y formaciones para asegurar una mejor inserción de los y las jóvenes en el mundo *Instagram*⁵. Son, de modo metafórico, los educadores que trabajan en el aula Big Data, que ofrecen algún tipo de acreditación -a diferencia de lo que sucedía hasta hace un año, en el que los intercambios educativos en este sentido, sobre todo de índole audiovisual, eran

este marco se encuentran ofertas de historias, en elaboración de videos,

juamarketing
Publicidad

Contenidos para tus REDES SOCIALES

3 publicaciones por semana	60 USD
5 publicaciones por semana	80 USD
7 publicaciones por semana	100 USD

NOS OCUPAMOS DE TODO!

- Ideamos contenido
- Buscamos recursos
- Armamos los diseños
- Escribimos los copys
- Publicamos en redes
- Destacamos contenidos

y mucho más!

Además podés usarlos en cualquier plataforma

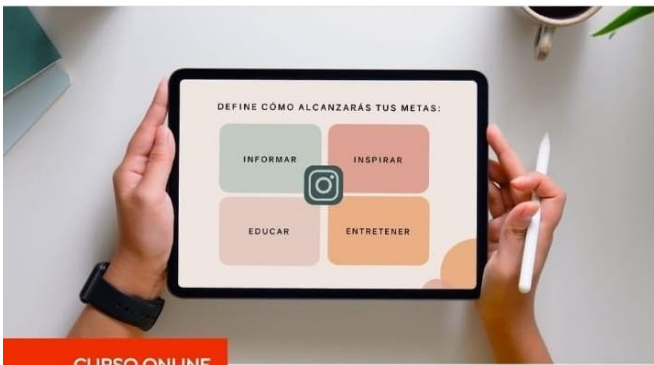
CURSO ONLINE

SÉ UN COMMUNITY MANAGER RENTABLE EN SOLO 15 DÍAS

MÉTODO SECRETO

Copia y Pega nuestra estrategia que te permite cobrar mensualmente por Administrar Contenidos en Redes Sociales!!!

Más información >



CURSO ONLINE

534

¿Quieres...

¿Darte a conocer?

¿Crecer?

¿Hacerte viral?

Más información

LLEVA TUS FOTOS A OTRO NIVEL ^{2/6}

Delegá la gestión de tus Redes Sociales

ASESORAMIENTO ONLINE

Marketing Digital

Más información

Conclusiones

Esta investigación tomó como método la Teoría Fundamentada, básicamente por la posibilidad que esta ofrece de producir nuevas categorías y robustecer la producción teórica ya existente en relación a los conceptos de cultura, individuo, sujeto, subjetividad, discurso y aprendizajes, en las condiciones socio-históricas actuales en que las juventudes se desarrollan y actúan. En el marco de la Teoría Fundamentada se utilizaron como técnicas: el estudio de caso, la entrevista en profundidad, la observación directa, el *focus group*, el diario de campo y la revisión bibliográfica.

Luego de un proceso de más de un año de trabajo de campo, se establecieron las categorías que dan cuenta del análisis, la interpretación y los diferentes mecanismos de codificación empleados, dando como resultado un estudio bastante esclarecedor de quiénes y cómo son estos y estas jóvenes a los que, desde la educación formal, pretendemos educar. Esto ha quedado descrito y explicado en las categorías y dimensiones expresadas en el análisis de los datos y claramente definidas en las conclusiones finales.

Se pretende que el trabajo realizado sirva como insumo para educadores y docentes, así como también como punto de partida para iniciar unos ejercicios de discusión urgentes y necesarios con el fin de que nuestras prácticas educativas sean, efectivamente, válidas y productivas en los contextos de las sociedades actuales y futuras.

La presente tesis parte de la idea de que la construcción de subjetividad por parte de las nuevas juventudes se encuentra, no solo mediada, sino configurada por el uso de las redes sociales, en especial *Instagram*. Los y las jóvenes participan de forma paralela de su existencia en, al menos, dos mundos temporales y espaciales distintos. Por un lado, integran la materialidad del mundo en el que han nacido y se desarrollan como miembros de una especie. Por el otro, integran un mundo caracterizado, entre otras cosas, por la dilución de los límites temporales y espaciales y el vaciamiento de sentidos que vinculen las experiencias subjetivas con referentes tangibles y aprehensibles. Las nuevas juventudes aprenden a ser sujetos en el marco de las experiencias que viven en virtud de los significantes que generan o que consumen.

En este marco, la educación formal, pierde su supremacía en cuanto a la formación de las nuevas generaciones y debe realizar un ejercicio de revisión de sus contenidos, metodologías y, sobre todo, mecanismos de acreditación para convertirse en una oferta a la que los individuos deseen acceder. De esta manera, los usos y consumos audiovisuales actuales no solo destacan por la diferencia con los usos anteriores sino, y particularmente, porque favorecen unas experiencias performativas que devienen en unas formas nuevas de constituirse en sujeto, aún a costa de la singularidad de los participantes.

Las sociedades actuales asisten a unos fenómenos de fragmentación de los sujetos atravesados por nuevos tipos de emocionalidades, o lo que Jameson denomina intensidades (1991:21) que simulan unas formas de ser y estar en busca de la aceptación y la pertenencia en el mundo hipermedial. En esta trama de nuevas temporalidades, espacialidades, relaciones, configuraciones e identificaciones, es que se ha hablado en el presente trabajo de la muerte del sujeto, o lo que Jameson llama descentramiento del sujeto (1991:31). Se trata de unos tipos de configuraciones instituyentes mediadas por los significantes más que por los significados. Es decir, aquello que el sujeto produce, en términos de contenido, para publicar en sus redes sociales, termina siendo EL propio sujeto. Dicho de otro modo, el sujeto se crea a sí mismo en los propios agenciamientos de enunciación en los que pone a disposición de otro -otros- las imágenes, fijas o en movimiento, que presumen lo que pretende que dicho interlocutor decodifique y signifique.

En el sentido de lo analizado hasta aquí, el sujeto, como único responsable de sus virtudes y de sus fallas (Alonso y Fernández Rodríguez, 2013 p.232) trabaja en la creación de su singularidad, de ciertos rasgos definitorios que coincidan con su autoimagen, pretendiendo una singularización existencial coincidente con el deseo (Guattari y Rolnik, 2013 p.25). Sin embargo, lo que queda a la vista, en el espacio público de *Instagram* es la similitud entre unos y otros como si se tratase de los miembros de una misma institucionalidad. No se discute que el mundo hipermedial es uno, aunque infinitamente diversificado en virtud de las necesidades de consumo que configura el orden económico y político occidental actual. Se trata, pues, de un multiverso en el que se realizan, en el mismo tiempo y espacio físico, múltiples

realidades no idénticas entre sí, poblados de significantes puestos en escena por individuos movidos por la ilusión de poner en diálogo su “sí mismo” con el de otros, distintos a él.

La presunción del sí mismo es, en este marco, la característica común a los sujetos que participan activamente en alguno de los mencionados “mundos” que constituyen el multiverso atemporal e hiperespacial de las redes sociales. En ese mundo en el que el individuo vive con la ilusión de libertad, en el sentido de creer que las decisiones que toma no son consecuencia de mandatos provenientes silenciosamente del sistema de datos que los estudia y predice sus comportamientos, incluidos las motivaciones y los deseos, cada uno presume una identidad singular. Finalmente, esta presunción toma tal dimensión e importancia performativa en la subjetividad de quien la pone en estado público, que se hace extremadamente difícil distinguir cuál es la frontera, si es que la hubiera, entre lo presumido y lo constituyente del individuo fuera de ese mundo hipermedial. En tal caso, y siguiendo el planteo de Lacan, si el significante define el sujeto, el individuo es lo que dice, entendiendo por decir mucho más que hablar en términos lingüísticos.

Llegados a este punto, es interesante pensar que los usuarios de *Instagram* terminan por ser quienes presumen ser perdiendo toda referencia de los significantes con los objetos, que podrían o no existir en forma de realidad fuera del mundo de la simulación en el que SON alguien.

Como se ha podido observar, este mundo hipermedial que *Instagram* habilita posee los rasgos fundantes de todo mundo social: nuclea un número de pobladores o habitantes que comparten unos lenguajes que les permiten intercambiar turnos de la palabra, se estructura jerárquicamente, instituye un formato cultural con sus rasgos identitarios propios, admite diferentes tipos de vínculos entre los individuos y entre los colectivos con lo que ello implica en término de gratificaciones y castigos.

En el análisis de datos del presente trabajo se propuso que todas las evidencias y datos recabados podrían pensarse desde una lógica que vincule y discrimine entre sujeto, objeto, historias, relaciones y contextos, en el entendido de que el funcionamiento de un mundo, y en particular la realización del yo en

ese mundo, puede comprenderse como una gramática particular y como tal es posible analizar y explicar su funcionamiento. En este sentido, se entiende que el sujeto, que en apariencia será quien seleccione el resto de los componentes de la estructura, es la o las imágenes “posteadas” por un individuo. En tal marco, podría pensarse que existe, en estas gramáticas particulares un sentido de identidad entre el sujeto y el objeto. Sujeto y objeto terminan por ser lo mismo. Identidad y mismidad operan así, en el entramado de relaciones que los significantes habilitan con otros sujeto-objeto, resultando de ello un o unas historias posibles en los contextos en que acontecen. El sujeto, imbuido en la ilusión del sí mismo, participa de eventos de variada índole: empresariales, amorosos, dialogales, monologales, educativos. El sujeto-objeto ya no puede escindir una de otra categoría, a partir de que se integra al mundo hipermedial como un habitante de hecho y de derecho. Se presume del sí mismo y esa presunción termina por configurar las identificaciones con las que el individuo se constituye sujeto.

Ahora bien, si se pone en diálogo con lo dicho hasta aquí, el planteo de Pecheux en relación con que el sujeto nunca es dueño absoluto de su decir, sino que es una realización cargada de historicidad, el sujeto-objeto al que se hizo mención en el párrafo anterior, vivencia una doble ilusión: la ilusión del sí mismo, en el sentido enunciado en este trabajo, y la ilusión de la individuación de su discurso. Se trata pues de un “sí mismo” habitado o constituido por las voces de otros “sí mismos” que, en definitiva, son quienes validan su experiencia del aquí y ahora. En tal caso, cada individuo participa de la experiencia de habitar el mundo hipermedial acompañado o sostenido por otros que dieron por resultado esa imagen que aquel identifica consigo.

En este punto se presenta el siguiente planteo: si los jóvenes que fueron objeto del presente estudio expresan que lo mostrado -simulado- no es coincidente con lo vivido, ¿qué es entonces lo vivido? ¿cuál es la frontera entre lo percibido como “vivido” fuera y dentro del mundo que *Instagram* habilita? Si las experiencias performativas que se producen en ese espacio virtual no se viven, ¿cuál es la razón por la cual se ejecutan?

En el sentido de lo dicho anteriormente, se considera que cuando los jóvenes refieren a “lo vivido” lo hacen en virtud de lo validado por el mundo

adulto como lo admitido o lo esperable. Se espera que los jóvenes, aun cuando pasen la mayoría de su tiempo conectados a las redes, salgan de allí, como quien termina de jugar, y hagan alguna cosa de lo que se espera de ellos en el mundo material que comparten con los adultos. En tal caso, se espera que los jóvenes sigan siendo individuos con similares ambiciones, deseos, formas de ser y formas de vincularse que sus antecesores. Pero, a juicio de lo tratado hasta aquí, eso ya no es posible.

Estamos asistiendo a una redefinición de lo que significa ser humano. Y esto no admite, o no debiera admitir, juicios de valor que castiguen la falta de obsecuencia de aquellos que no tienen ni interés ni intención de ser como se espera que sean.

Nos encontramos en un tiempo histórico de transformación de las maneras en que los y las jóvenes se identifican y se autoperceben como sujetos, y en esta coyuntura, a quienes corresponde adecuación y aceptación es a los adultos. Primero, es necesario que podamos pensar la existencia de unos mundos que ya no pueden ser medibles ni controlables, en el sentido que planteó Foucault en su tesis sobre la biopolítica, sino de unas realidades absolutamente otras, en la que los individuos no solo se realizan como personas, sino que también se sienten presentes y protagonistas.

Si habitar las redes habilita la construcción de la propia identificación con un sí mismo, aunque esta parta de una supuesta presunción, aunque las reglas de ese otro mundo se encuentren mediatizadas por intereses supraindividuales de base mercantil y -por añadidura- política, es entonces una forma válida de existencia.

Considero que como adultos estamos asistiendo a una revolución reñida con el concepto anquilosado de revolución que se construyó desde la modernidad hasta finales del siglo veinte. Se trata de una revolución hipermediada por la presencia, cada vez más numerosa y consustanciada de los y las jóvenes de hoy en los mundos virtuales. Una revolución que está tirando por tierra ídolos, instituciones, costumbres, ideas, pero sin hacer ruido, sin aspavientos. También las formas conocidas de escolarización están siendo puestas en cuestión en esta oleada revolucionaria.

Con relación a esto último, la educación, y especialmente la educación audiovisual se constituye en una urgencia a atender por los educadores y, especialmente, por los gobiernos mediante el diseño de sus políticas públicas. Es justamente en el marco de la educación audiovisual que las y los jóvenes podrán encontrar contenidos con los cuales explicar y entender sus propios procesos de aprehensión de las realidades en las que viven. Por otra parte, desde la educación audiovisual se puede dotar a los y las jóvenes de herramientas cognitivas y procedimentales que les permitan habitar el mundo hipermedial con competencia para actuar críticamente en él.

Las subjetividades de los y las jóvenes se encuentran en construcción en el marco que les impone el mundo en el que viven y en el que se sienten parte. Si ese mundo ya no coincide con el que otrora configuró las subjetividades de quien hoy somos adultos, habrá que entender hasta qué punto y en qué medida obra en la pérdida de singularidad en los sujetos. No es una tarea que podamos realizar desde la academia, sin generar unos diálogos genuinos con los y las propias jóvenes. Para actuar en un mundo debemos conocer y respetar sus lógicas, sus materialidades, sus símbolos y sus relaciones. Lo contrario es aculturación, violación, atropello, invisibilización y muerte.

Referencias bibliográficas / Webgrafía

Alonso, L. y Fernández Rodríguez, C. (2013). Los discursos del presente. España: Siglo XXI de España editores.

Aramendi, R. (2013). "La construcción de los sujetos políticos desde una perspectiva discursiva" en Revista Tram[p]as de la comunicación y la cultura. Disponible en <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/34238>

Barthes, R. y Akçakaya, R. (2009). La cámara lúcida. Barcelona: Paidós.

Baudrillard, J., Vicens, A., & Rovira, P. (1978). Cultura y simulacro. Barcelona: Kairós.

Bauman, Z. (2009). A arte da vida. Editora Schwarcz-Companhia das Letras.

Bauman, Z. (2012). Esto no es un diario.

Brea, J. L. (2012). La era de la imagen electrónica. Contrastes. Revista Internacional de Filosofía.

Brubaker, R., & Cooper, F. (2001). Más allá de identidad. Apuntes de Investigación del CECYP, 5(7).

Citro, S. (2010). Cuerpos plurales. Antropología de y desde los cuerpos. Buenos Aires: Biblos.

Deleuze, G. ((1986). La subjetivación. Curso sobre Foucault. T.3. 2da. Edición (2020). Buenos Airas: Cactus.

Eagleton, T. (2001). La idea de cultura: una mirada política sobre los conflictos culturales (Vol. 16). Grupo Planeta (GBS).

Fairclough, N. (2003). El análisis crítico del discurso como método para la investigación en ciencias sociales. En Métodos de análisis crítico del discurso. Barcelona: Gedisa Editorial.

Foucault, M. (1970). El orden del discurso. Buenos Aires: Tusquets Editores, 1992.

Fuchs, C. (2009). Da Economía, U.C.A. "Una contribución a la crítica de la economía política del capitalismo informacional transnacional" En: Rethinking Marxism, Vol,21, No.3, Julio de 2009. Disponible en: <http://fuchs.uti.at/wp-content/uploads/Nomadas.pdf>

Grimson, A. (2011). Los límites de la cultura: crítica de las teorías de la identidad. Siglo Veintiuno Editores.

Guattari, F. (2006). Micropolítica: cartografías del deseo. Madrid: Traficantes de Sueños, 2006.

Han, BC (2014). En el enjambre. Barcelona: Editorial Herder.

Han, B.C. (2014). Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder. Barcelona: Herder

Han, B. C. (2015). La salvación de lo bello. Barcelona: Herder Editorial.

Han, B. C. (2017). La expulsión de lo distinto. Barcelona: Herder Editorial.

Han, B. C (2019). Hiperculturalidad. 5ta. reimpresión. Barcelona: Herder Editorial.

Howart, D (s/d) La teoría del discurso. Disponible en [www.cholonautas.edu.pe/Biblioteca de Ciencias Sociales](http://www.cholonautas.edu.pe/Biblioteca%20de%20Ciencias%20Sociales) consultado el 10/10/2018.

Jäger, S. (2003). Discurso y conocimiento: aspectos teóricos y metodológicos de la crítica del discurso y del análisis de dispositivos. En Métodos de análisis crítico del discurso. Barcelona: Gedisa Editorial.

Jameson, F. (1991). Ensayos sobre el posmodernismo. Buenos Aires: Imago Mundi.

Lotman, I. M., Navarro, D., & Kiseliova, L. N. (2000). La semiosfera: Semiótica de las artes y de la cultura. III (Vol. 3). Universitat de València.

Lipovetsky, G. (2016). De la ligereza (Vol. 501). Anagrama.

Montero, A. S. (2014). El análisis del discurso y el problema del sujeto de la enunciación. 15º Encuentro de discusión: "Comunicación, política y sujeto",

disponible [en línea] < <http://www.felsemiotica.org/site/wp-content/uploads/2014/10/Montero-Ana-Soledad-El-an%C3%A1lisis-del-discurso-y-el-problema-del-sujeto-de-la-enunciaci%C3%B3n.pdf>> [consulta: 10-08-2020].

Radakovich, R. (2014). "El gusto revisitado: distinción, hibridez, omnivoridad en el cono sur latinoamericano". Udelar. En Revista Diálogos Possíveis, Salvador, año 13, número 2, p.187-205, jul./dez. 2014.

Sarmiento, M. N. (2001). Compromiso y distanciamiento: el sociólogo en su entorno social. Papers: revista de sociología.

Scolari, C; Winicour, O; et alt. (2018). "Alfabetismo trasmedia. Una introducción" en Comunicación y Sociedad, 33, septiembre-diciembre, 2018, pp. 7-13.

Soneira, A. J. (2012). La teoría fundamentada en los datos (Grounded Theory). Estrategias de investigación cualitativa, 153-173.

Toledo, A y Sequera, J (2015). La producción del sentido: la semiosis social en Razón y palabra. Primera revista electrónica en América Latina especializada en Comunicación. Número 88. Disponible en: www.razonypalabra.org.mx

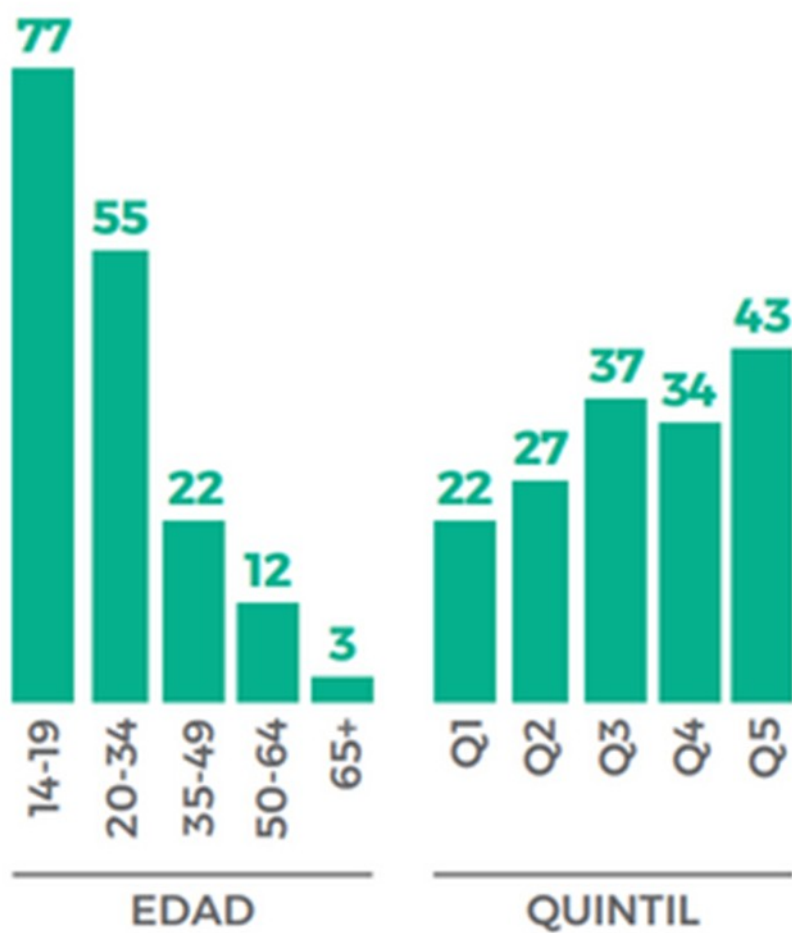
Trincheró, H. H. (1994). Compromiso y distanciamiento: configuraciones de la crítica etnográfica contemporánea. RUNA, archivo para las ciencias del hombre.

Vera, P. S. (2010). Ese oscuro objeto del deseo: cuerpo y sexualidad en las sociedades postindustriales. En: Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia. N° 5, 2010, 19-50.

Wodack, R. (2003). El enfoque histórico del discurso. En Métodos de análisis crítico del discurso. Barcelona: Gedisa Editorial.

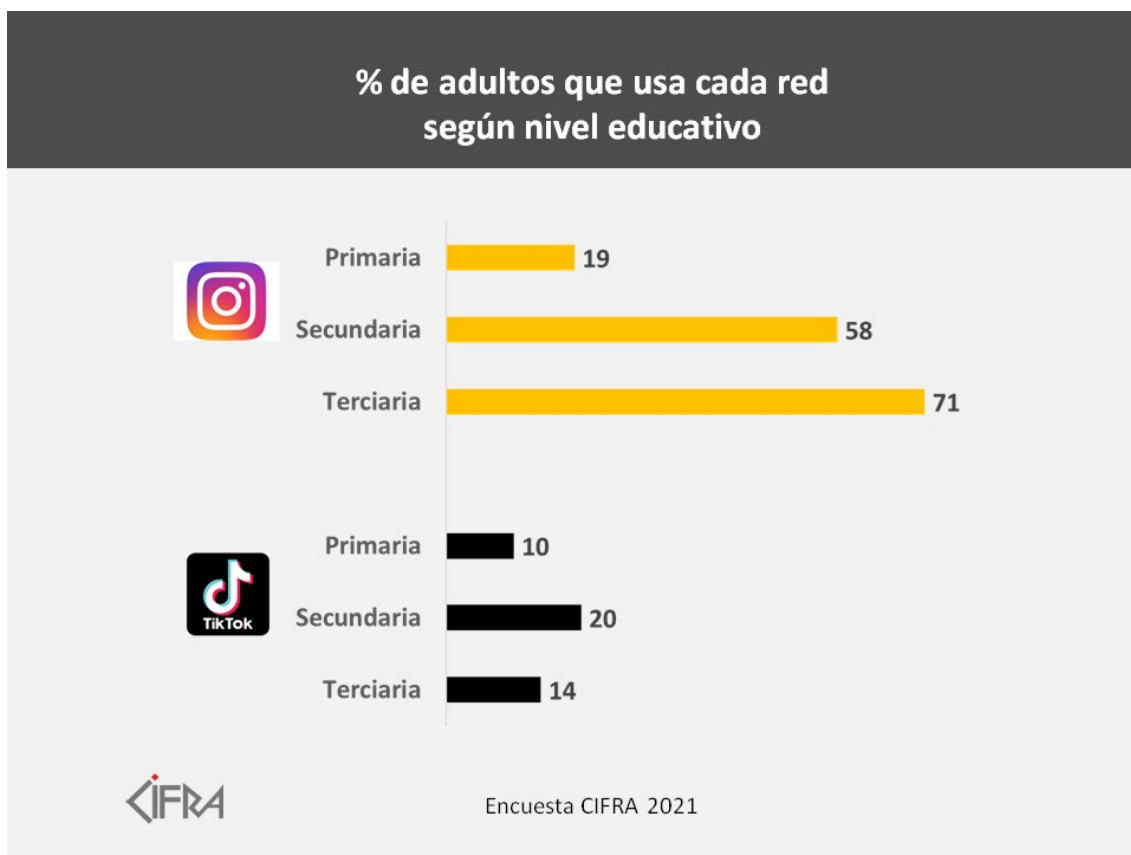
Anexos

Gráfico 1



Fuente: EUTIC. Uso diario de Instagram por edad y NSE. (Fuente: Eutic 2020) Disponible en: <https://www.lean.uy/post/redes-sociales-m%C3%A1s-usadas-uruguay>

Gráfico 2



Fuente: Cifra (2021). Disponible en: <https://www.cifra.com.uy/index.php/2021/08/31/el-uso-de-las-redes-sociales-en-uruguay/>