

**Primer Foro Mundial del Pensamiento Crítico
8º Conferencia Latinoamericana y Caribeña de Ciencias Sociales.**

Panel 5, eje Comunicación y poder, organizado por el Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO).

CABA, 19 al 23 de noviembre de 2018.

**LA IDENTIDAD DIGITAL Y LOS JÓVENES ESCOLARIZADOS:
NUEVOS DESAFÍOS FORMATIVOS**

Autores

Darío Medina Azcúa, María Victoria Martín y Bianca Racioppe

Propósito y planteamiento del problema

El trabajo presenta un avance de la tesis doctoral¹ de Rubén Darío Medina, "La construcción de sentidos acerca de las tecnologías de la comunicación por parte de jóvenes del partido de Almirante Brown". Se trata de un estudio que analiza cómo construyen sentido y usan las tecnologías de la comunicación –en tanto pantallas– jóvenes del partido de Almirante Brown que concurren o concurren a escuelas secundarias públicas de gestión estatal y de gestión privada.

Para esta ponencia, nos planteamos indagar de qué manera los usos de Internet que hacen las juventudes configuran identidades digitales que constituyen un desafío para la escuela. Podemos sostener que “los jóvenes, además de ser interpelados y, por ende, formados por la escuela, también están siendo interpelados –y formados– desde otro lugar por el sistema económico, el crecimiento de la oferta de productos culturales producidos con parámetros esencialmente redituables y difundidos gracias a los avances tecnológicos, que están participando en sus experiencias, aprendizajes y representaciones. En este sentido, estos productos están reconfigurando qué implica ser joven (...) donde la lógica de ser- contándose está hecha según las reglas de los dispositivos de comunicación e información tecnológicos” (MARTÍN, 2010: p.5).

La problemática de la identidad puede ser abordada como diferencia y, simultáneamente, coincidencia consigo mismo; en términos de Gilberto Giménez, una “continuidad en el cambio” (GIMÉNEZ, 1997: p.19). En otras palabras, podemos distinguir formas interiorizadas (simbólicas, estructuras mentales interiorizadas) y formas objetivadas (símbolos objetivados bajo la forma de prácticas, rituales y objetos cotidianos, religiosos, artísticos, etc.) de la cultura que se configuran en las experiencias de los actores en interacción.

El lugar central que tienen hoy las pantallas, en especial los dispositivos móviles, está modificando los modos de percibir y construir la realidad y debe ser considerado un factor clave para comprender los modos en que los actores están procesando sus miradas sobre el mundo, sus lugares en el seno social, sus relaciones, sus modos de conocer lo que los rodea y su idea acerca del pasado, presente y futuro. Entonces, la gran cantidad de mensajes que circulan se articulan y constituyen gran parte del sentido de pertenencia e identidad, reorganizándolos por fuera de las tradicionales fronteras económicas, institucionales, de clase, de espacio y de territorios geográficos

¹ El trabajo se enmarca en el Doctorado en Comunicación de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP) y se lleva adelante con una beca de la Comisión de Investigaciones Científicas de la Provincia de Buenos Aires (CICPBA), dirigida por María Victoria Martín y codirigida por Bianca Racioppe.

(MARTIN, 2009).

Desde allí resulta necesario redefinir la identidad en tanto identidad digital. El término "identidad digital" empezó a acuñarse en la década del noventa pero es con la masificación de Internet –y con ésta, las redes sociales digitales y los dispositivos móviles– que se han impulsado conexiones, relaciones y los sensores que permiten su construcción de forma socializada, colaborativa y ubicua (PÉREZ SUBÍAS, 2012).

Para algunos autores (GAMERO, 2009; ROCA, 2012; AREA MOREIRA et al., 2015) el concepto de identidad digital refiere a la identificación y singularidad de un sujeto que posee señas identificables en cuanto miembro o ciudadano con un perfil estereotipado definido en Internet; que se define no sólo por la práctica misma de generar diversos discursos en el ciberespacio, sino también por las representaciones que otros construyen sobre estos sujetos. Cada enunciación o huella que se deja en Internet –redes sociales digitales, principalmente– o cada inscripción a determinados discursos se convierten en insumos para la constitución de una identidad digital, que puede ser individual o colectiva. Para esta visión, la identidad digital también se construye por lo que la red enuncia sobre uno mismo, con discursos contruidos por uno mismo y con significaciones que provienen de otros agentes sociales o instituciones.

Metodología

Para dar cuenta de la manera en que los usos de Internet por parte de los y las jóvenes configuran identidades digitales que constituyen un desafío para la escuela trabajamos con los y las jóvenes de la Escuela Media N° 2 de la localidad de Burzaco, partido de Almirante Brown, conurbano bonaerense sur; específicamente, aquellos y aquellas que integraban 5to “B” y 6to “B” de la orientación Comunicación en 2017. Luego de presentarnos ante ambos cursos, realizamos dos entrevistas grupales –una en cada salón– en las que se debatió sobre los diversos usos de Internet, qué contenidos se publican y se focalizó en la seguridad digital articulada a la construcción de sus propias imágenes y biografías digitales. Posteriormente, a través de una etnografía virtual (HINE, 2004) realizada durante la primer semana de octubre 2017, relevamos el contenido publicado en las redes sociales digitales de estos y estas jóvenes, específicamente Facebook, Twitter e Instagram para ver y analizar cómo construían su identidad digital. Finalmente, realizamos cinco entrevistas personales semiestructuradas en las que se dialogó acerca de los usos de las tecnologías de la comunicación en la vida cotidiana.

Principales resultados

Los resultados son de carácter provisorio. De la etnografía virtual y de las entrevistas personales en profundidad se desprenden varias líneas de análisis que se irán profundizando con el desarrollo de la tesis doctoral. En relación a la indagación sobre los perfiles de Facebook, Twitter e Instagram de las y los jóvenes de la Escuela Media N° 2 de la localidad de Burzaco, podemos inferir que se auto-presentan como sujetos sociables y dando cuenta cómo se constituye el conjunto de sus pertenencias sociales y su red de relaciones íntimas (GIMÉNEZ, 2004); en las imágenes de Instagram se muestran acompañados de sus grupos de pertenencia, sacándose selfies, o visibilizando alguna particularidad de sus cotidianidades. En Facebook, en tanto, se cruzan varias categorías como sus hábitos de consumo, los “objetos entrañables” que poseen y sus historias de vida. Desde Twitter, emergen los atributos caracterológicos de estas juventudes y sus grupos de pertenencia (GIMÉNEZ, 2004).

Consideramos que la identidad digital, en el marco de estas juventudes, se constituye, en términos de Laclau (1985), como una totalidad fallida. Se fija una parte de estas juventudes –sobre todo, las pertenencias sociales– junto con los “atributos particularizantes” (GIMÉNEZ, 2004), que son múltiples, variados y susceptibles de cambiar de acuerdo a los diferentes contextos, cuando podrían constituirse de otros modos. A su vez, estas construcciones identitarias se dan en un marco donde cada vez es más importante lo que se encuentra, lo que se dice y lo que se decodifica de una persona en Internet. La construcción de la identidad ya no depende únicamente de las prácticas que uno realiza en forma online sino que cada vez adquiere mayor relevancia aquello que los demás sostienen de uno y los sentidos que emergen de ello.

Conclusiones

Las conclusiones emergen de una primera etapa exploratoria de la tesis doctoral. Es desde las conceptualizaciones anteriores acerca de la identidad y los cambios en la Alteridad, a partir de la irrupción de nuevos y múltiples discursos que acercan al Otro, en que debemos reflexionar sobre los diversos usos de Internet pero que, fundamentalmente, operan en la dimensión de la significación, percepción, representaciones e imaginarios sociales, lo que configura nuevas tensiones en la producción simbólica y cultural en la escuela.

En este marco, los desafíos que se presentan para la escuela tienen que ver con la visibilidad, la reputación y la privacidad en Internet ya que se convierten en elementos indispensables para la formación de sujetos críticos. Las juventudes deben reforzar el conocimiento sobre el ecosistema mediático (SCOLARI, 2010), sus reglas y sus lógicas para poder, así, repensar su intimidad desde la pregunta por qué es lo público y qué es lo privado; qué implica publicar determinado contenido y cómo el otro me reconoce.

Referencias

AREA MOREIRA, Manuel; BORRÁS MACHADO, José y SAN NICOLÁS SANTOS, Belén (2015). “Educar a la generación de los Millennials como ciudadanos cultos del ciberespacio. Apuntes para la alfabetización digital”. En *Revista de estudios de Juventud*, 109, 13 - 32. En <https://goo.gl/J1YZ8G>.

GAMERO, Ruth (2009). “La configuración de la identidad digital”. En *Nota Enter*, 131. En: <https://goo.gl/11KrkP>.

GIMÉNEZ, Gilberto (1997). “Materiales para una teoría de las identidades sociales”. En: *Frontera Norte #18*. México. Colegio de la Frontera Norte. Págs. 9-28.

HINE, Christine (2004). *Etnografía virtual*. España: Editorial UOC.

LACLAU, Ernesto & MOUFFE, Chantal. (1985). *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*. Madrid: Siglo XXI Editores.

MARTIN, María Victoria (2009). “Identidades juveniles móviles: la sociedad de la comunicación personal”. *Revista Educación, lenguaje y sociedad*, 6(6). Universidad Nacional de La Pampa.

MARTIN, María Victoria (2010). “Pantallas y mediaciones móviles: nuevos desafíos formativos”, publicado en *Question*, Vol. 26, Otoño. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP.

PÉREZ SUBÍAS, Miguel (2012). “Introducción. Identidad digital”. Revista *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, 91. 55 - 58.

ROCA, Genís (2012). “¿Qué dice la Red de ti? Redes sociales e identidad digital”. Revista *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, 91. 96 - 98.

SCOLARI, Carlos (2010), “Ecología de los medios. Mapa de un nicho teórico”. En *Quaderns del CAC*, vol. XIII.

VIZER, Eduardo. (2007). “Procesos sociotécnicos y mediatización en la cultura tecnológica”, en DE MORAES, Denis (coord.) *Sociedad mediatizada*, Barcelona, Gedisa.