

Subjetivación juvenil en la comunicación mediada por TIC

Mariana del Valle Prado

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUCUMÁN

marianadelvalleprado@gmail.com

Resumen

El presente trabajo busca reflexionar sobre la construcción de la subjetividad de jóvenes del norte de Argentina, más específicamente de Tucumán, a partir de las prácticas comunicativas mediadas por Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

La popularización de los smartphones, el acceso a Internet y las variadas aplicaciones de comunicación posibilitan la emergencia de un nuevo escenario comunicativo que incide en las subjetividades juveniles a partir de los usos y sentidos que le confieren. A su vez, en la era digital global las transformaciones en la subjetivación juvenil provocan cambios en los modos de socialización, dando lugar a un individualismo paradójico que estimula tanto lo colectivo como lo singular.

Palabras claves: Comunicación, jóvenes, subjetividad, TIC.

Introducción

El presente estudio sobre la subjetivación juvenil mediada por Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) considera a la juventud como una “categoría socialmente construida, situada, histórica y relacional” (Reguillo, 2013: 13), es por ello que se realizó un sistemático trabajo de campo para responder los interrogantes que surgen en torno a los modos de ser joven en la sociedad actual y donde las herramientas digitales de comunicación cumplen un papel protagónico en la configuración de sus marcos subjetivos.

Dicho estudio, realizado en el marco de una investigación¹ sobre la construcción del sentido en las prácticas comunicativas de jóvenes entre 18 y 25 años de ambos sexos de clase

¹El estudio inició con la tesis “¿Conectad@s o desconectad@?: Comunicación Intersubjetiva en jóvenes tucumanos” (Prado, 2012) de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, presentada y aprobada por la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional de Tucumán. Luego, se continuó abordando la temática desde el proyecto de investigación “Semiótica de las prácticas sociales: nuevas formas de construcción del sentido en Tucumán”, financiado y evaluado por el Consejo de Investigaciones Científicas de la Universidad Nacional de Tucumán (CIUNT), período 2014- 2016. Actualmente, la investigación integra el proyecto “Semiótica de fenómenos sociales en Tucumán”, financiado y evaluado por CIUNT.

media alta de San Miguel de Tucumán, consistió en observaciones de las prácticas comunicativas presenciales que mantenían los grupos de jóvenes reunidos en lugares de socialización de la capital tucumana y la convergencia que se producía con la comunicación digital a partir de la interacción con algún dispositivo. Posteriormente, se entrevistaron a tales jóvenes para complementar e interpretar mejor los resultados obtenidos.

En este sentido, resulta importante prestar atención no sólo al consumo juvenil de bienes culturales sino también a los usos y sentidos que le brindan a los dispositivos tecnológicos a fin de descubrir el rol que desempeñan en la construcción de la subjetividad de los actores juveniles que hoy se encuentran sujetos a diversas estructuras de las tecnologías de la comunicación. Por ello, se considera que el concepto que permite comprender mejor este fenómeno es el de subjetivación desde la perspectiva de Foucault (1984), como el resultado complejo de la sujeción y el gobierno de los individuos por el biopoder y las experiencias de vinculación consigo mismo que se van desarrollando de modo situado e históricamente condicionado.

Por su parte, Eva Da Porta (2011), siguiendo la postura de Braidotti, explica que la subjetividad debe comprenderse como un proceso intensivo, múltiple y discontinuo de llegar a ser. Esta dimensión de la subjetividad nos permite pensar en las trayectorias, en las experiencias que los modelan constantemente. En esos recorridos en los que se van constituyendo como sujetos juveniles, donde las TIC y las diversas aplicaciones de comunicación tienen una presencia constitutiva y condicionante, pues les permiten desarrollar un conjunto de prácticas reflexivas y modelizantes de sí mismos.

De acuerdo a la propuesta de Da Porta, los vínculos con las TIC son constitutivos para los jóvenes si se los comprenden desde esos procesos constantes de conexión e interconexión con universos de sentido diversos pero hibridados en la experiencia. La mirada procesual y dinámica de la subjetividad, abandona la idea de sujeto como una entidad unificada y conduce al reconocimiento de los múltiples trayectos y de los modos en que entran en intersección con los procesos de subjetivación.

Jóvenes en búsqueda de reconocimiento

A través del trabajo de campo, se pudo observar una fuerte presencia de “símbolos de juventud”². Estos actores juveniles visten a la moda, usan accesorios y todos tienen celulares,

²Generalmente ciertos signos sociales son usados para definir a la juventud y luego se transforman en productos u objetos de una estética. Eso permite que adultos puedan adquirirlos como mercancías para

la mayoría, últimos modelos. Se trata de acciones que definen una pertenencia social, los ubica en la categoría jóvenes³ y sus comportamientos son compartidos por el grupo de pares. En esta etapa que están atravesando, de construcción constante de su subjetivación, los actores juveniles buscan permanentemente la aceptación y la aprobación de los otros. En estos fenómenos se puede observar la articulación del concepto de subjetividades humanas con el de identidad, propuesta por un grupo de investigadores de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional de Tucumán⁴, al redefinir la identidad “como una autoadscripción en el seno de un colectivo, generalizada entre los miembros de ese colectivo” (Chein y Kaliman, 2013: 117).

Así, en los usos y apropiaciones que los actores juveniles hacen de los dispositivos digitales se va generando una autoadscripción entre los miembros de un grupo. Tal es lo que sucede en las comunidades virtuales que participan, en las cuales deciden nuclearse porque comparten gustos, intereses, valores y actividades. El 98% de los jóvenes entrevistados participa en Redes Sociales de Internet (RSI), en *Facebook* y *Twitter* hace más de cinco años, mientras que en *Instagram* se incorporaron hace menos de un año⁵. A su vez, el 80% participa en algún grupo de *WhatsApp*. Se destaca principalmente un uso social que le brindan a las aplicaciones digitales al priorizar las que permiten la interacción con sus pares.

Además, en la adquisición de estos aparatos se pudo observar cómo entran en juego adornos rituales (Piscitelli, 2009) y que, tal como afirma Cabello (2007), actúan como factores de reconocimiento de similitudes y diferencias, pertenencias y exclusiones. De este modo, se va estableciendo una relación de implicación entre acción comunicativa e identidad: “Las identidades pueden visualizarse empíricamente, por ejemplo, en las expectativas y códigos que los actores ponen en funcionamiento cuando se embarcan en acciones comunicativas” (Chein y Kaliman, 2013: 121). De este modo, la identidad juvenil se construye en esa necesidad permanente de comunicación, ya que desarrolla dos dimensiones fundamentales para los adolescentes: le brinda pertenencia a un grupo y fortalece su vida social (Morduchowicz, 2013).

Al respecto, Reguillo (2013) agrega que la única constante entre los distintos tipos de adscripción identitaria es “el grupo de pares que opera sobre la base de una comunicación cara

prolongar en el tiempo su capacidad de portar el signo "juventud". Véase Margullis y Urresti (2008:17).

³La juventud se define, de acuerdo a Margulis y Urresti (2008), no tanto por la edad sino por las posibilidades de gozar de cierta moratoria social y vital.

⁴Miembros del Proyecto de Investigación “Identidades y reproducción cultural en los Andes Centromeridionales”, que desarrolla sus actividades desde 1998 con el apoyo de subsidios otorgados por el Consejo de Investigaciones de la UNT (CIUNT).

⁵Los resultados corresponden a la aplicación de la técnica aplicada en el año 2016.

a cara (presencial o virtualmente) se constituye en ese espacio de confrontación, producción y circulación de saberes, que se traduce en acciones” (14). En relación a esta necesidad de pertenencia a un grupo y de establecer sus propios modos de tomar la palabra, las aplicaciones de mensajería instantánea tales como *WhatsApp* y el *chat* de *Facebook* cumplen un papel central ya que son los principales medios que utilizan para comunicarse. A través de estas herramientas, crean grupos y eventos para organizar sus encuentros o simplemente mantener conversaciones. A su vez, otras redes sociales como *Instagram* son una ventana que los jóvenes emplean para exhibir una imagen de sí mismos y construir su subjetividad a partir de la mirada que los otros crean.

El mundo de las RSI permite una serie de acciones (publicar imágenes, fotos, colocar *likes*, tener una gran cantidad de amigos, saludar por cumpleaños, organizar eventos, etc.) que participan en la construcción de la subjetividad. Siguiendo a Sibilia (2008: 38) “la subjetividad se constituye en el vértigo de ese torrente discursivo, es allí donde el yo de hecho se realiza. Por lo tanto, usar palabras o imágenes es actuar: gracias a ellas podemos crear universos y con ellas construimos nuestras subjetividades, nutriendo el mundo con un rico acervo de significaciones”. De acuerdo a lo manifestado por la autora, se puede decir que el lenguaje con el que se comunican a través de las TIC no sólo ayuda a organizar la propia experiencia y a dar sentido al mundo, sino que además estabiliza el espacio y ordena el tiempo, en diálogo constante con la multitud de otras voces que también los modelan. Es decir, estas tecnologías borran las fronteras del espacio público/privado.

Así por ejemplo, la pregunta central de la red social más popular es “¿qué estás pensando?”⁶ y las respuestas a este interrogante se vuelven públicas y visibles para todos los contactos/amigos, volviendo difusa la división entre lo privado y lo público. Además, las aplicaciones digitales producen un presente continuo donde no es posible diferenciar las horas dedicadas al estudio, la socialización o la recreación.

De acuerdo a los datos arrojados por los entrevistados, casi el 80% de estos jóvenes accede a la red varias veces al día. Más del 50% lo hace permanentemente, un 28% ingresa entre 2 y 5 veces por día, mientras que apenas un 7% tiene un acceso menos frecuente cada 2 o 3 días. Además, el 96% se conecta desde sus dispositivos móviles y un 98% cuenta con teléfonos que tienen conexión a la red. Lo cual nos da un panorama de la cantidad de horas

⁶Facebook es la red social más popular con 1.600 millones de usuarios, se ubica después de Google, quien es el líder dentro de la web con ocho productos diferentes de mil millones de usuarios cada uno. En tercer lugar se ubica Twitter.

Fuente consultada el 16-02-16 http://noticiasdelaaldea.com.ar/nota/4207/twitter_pierde_usuarios/.

diarias que le dedican a estas herramientas digitales. Es decir, que estos jóvenes usan las TIC en diferentes momentos del día y para distintas actividades sociales. De hecho, sus relaciones entre pares están mediatizadas por aplicaciones digitales como *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram* y, en menor medida, *Twitter*.

Dichas acciones comunicativas ayudan a crear autoestima a partir de la conciencia del otro ya que el individuo necesita de la aprobación de otros para reconocerse. Esto es lo que Hegel denominó la Lucha por el Reconocimiento: “la lucha inicial es entablada por el reconocimiento y tal actitud compromete la vida del ser cuyo deseo esencial es ser reconocido por los demás en su dignidad e individualidad. Y sólo en esa contienda por el reconocimiento, el ser natural se crea como hombre” (Kojève, 2002:9). Está claro que este deseo de reconocimiento ya estaba presente antes de la existencia de las herramientas digitales de comunicación, se puede afirmar entonces que los jóvenes sólo encontraron en ellas un medio para canalizar esa necesidad de realizarse, de satisfacer sus deseos de que otra conciencia los reconozca, los valore, los aprecie y les “guste”.

En los tiempos actuales, es en las redes sociales de Internet y en las aplicaciones de comunicación donde el hombre alcanza su “perfección” (la satisfacción al deseo del Reconocimiento). Al respecto, Kojève (2002) afirma que la satisfacción hegeliana es la plena satisfacción del deseo antropógeno y humano del Reconocimiento, del deseo del hombre de ver que todos los demás hombres atribuyen un valor absoluto a su individualidad libre histórica o a su personalidad.

La subjetivación en tiempos digitales

Las aplicaciones digitales fueron conquistando gran cantidad de público y dieron lugar a nuevas prácticas comunicativas en las que se produce la espectacularización⁷ del sujeto, es decir, exhibe sus pensamientos, sensaciones e incluso su imagen, publicando fotografías y videos de diversos géneros, desde humorísticos hasta eróticos. Además, estas herramientas comunicativas permiten conocer qué hacen los otros y entretenerse con experiencias ajenas, generando así adrenalina por ver quién tiene una vida más interesante y exitosa. Todas estas prestaciones tienen un atractivo en común: contienen sus círculos de referencia más cercanos,

⁷La “Sociedad del Espectáculo” es una propuesta de Guy Debord (1967) para referirse de manera crítica a los cambios que se producen en la vida social a partir de las relaciones que la sociedad moderna va estableciendo con la mercancía y los medios de comunicación de masas.

les permiten entrar en interacción con comunidades que responden a sus intereses, gustos y preferencias.

Al respecto, Bastidas Delgado (2014: 36) sostiene que el hombre moderno “debe enmascararse para no delatar su verdadero ser, debe transformarse en un actor de roles diversos”. De este modo, el autor considera que se produce la desobjetivación ya que el sujeto se ha ido olvidando de sí mismo y pierde su condición de tal. Esta idea da cuenta de una mirada esencialista, como si hubiera una única forma que define al ser, como si el ser “uno mismo” fuese algo dado de una vez y para siempre, anulando así toda posibilidad de construcción significativa, es decir, las acciones y usos que va eligiendo el sujeto juvenil en su configuración subjetiva. Es por ello que este trabajo no considera que ese actuar de diversos roles en las redes provoque la pérdida de sus condiciones como sujetos, sino por el contrario, ese ambiente comunicativo digital crea un espacio legítimo y significativo para la construcción de las subjetividades juveniles.

Estas nuevas herramientas de comunicación cumplen un rol activo en sus procesos de construcción de subjetividades puesto que cada usuario/comunicador busca exhibirse del modo que desea que los otros lo perciban, y selecciona aquello que mejor represente esa imagen deseada de sí mismo: publican y comparten una vida exitosa, muy sociable, con muchas actividades, afectos y diversión. Además, a partir de tales exhibiciones buscan de alguna manera resistir a lo que Benjamin llamó “muerte simbólica”, temen que su nombre sea olvidado, pasar desapercibidos, perder popularidad. Es por ello que tienen gran cantidad de “amigos” y seguidores en las redes, realizan publicaciones periódicas con el objetivo de obtener “me gusta”, comentarios y presencialidad. Los jóvenes, a partir del uso que hacen de estas herramientas de comunicación, quieren sobresalir, tener una trascendencia en la vida. Este nuevo universo comunicativo alimenta el deseo del ser humano de que lo valoren, lo aprecien, lo admiren, e incluso, lo envidien por la vida que “tiene” -al menos dentro de las pantallas.

De acuerdo a lo expresado por Castells (2009), en la era de Internet las personas no se aíslan en la soledad de la realidad virtual, sino que amplían su sociabilidad utilizando una multiplicidad de redes de comunicación a su disposición, “pero lo hacen de manera selectiva, construyendo su mundo cultural según sus preferencias y proyectos, y modificándolo de acuerdo con la evolución de sus valores e intereses personales” (170). De este modo, las variadas prestaciones operan como un laboratorio de la propia subjetividad, precisamente en esa interacción con los otros se moldea la subjetivación de acuerdo a la aceptación o el rechazo.

Sibilia sostiene que toda comunicación requiere de la existencia del otro, “del mundo de lo ajeno y lo *no-yo*, por eso todo discurso es dialógico y polifónico, inclusive los monólogos y los diarios íntimos” (2008:38). Se puede decir entonces que, de alguna manera, involuntariamente, el ser social colabora en los procesos de construcciones subjetivas de los otros, aunque no sea algo que se realice desde un nivel consciente. La otredad ayuda en las subjetivaciones al contribuir a ganar reconocimiento dentro de las Redes Sociales de Internet ya sea, por ejemplo, al etiquetar una foto, escribir un comentario optimista/ alentador, colocar “Me Gusta”, compartir publicaciones, etc. Cada usuario joven sabe la acción que el otro valorará dentro de las comunicaciones mediadas por TIC puesto que conoce los sentidos que los miembros del grupo le confieren ya que fueron construidos de manera social.

Cabe resaltar que a pesar de tejerse vínculos sociales en las redes sociales digitales, abundan usos con fines individuales. Esta combinación de subjetivación e individualismo que origina la cultura de la conectividad es lo que algunos sociólogos consideran el modelo de sociabilidad de la sociedad red, llamado individualismo en red (Castells, 2009:170). Entonces, más allá de los usos aparentemente individuales, los jóvenes continúan desarrollando su socialización y van forjando su subjetividad mientras colaboran en la construcción de las subjetividades de sus pares. Podemos citar como ejemplo la acción de colocar un “me gusta” en la publicación que un joven realizó en *Facebook*, esa acción, realizada de manera individual, está cargada de significados que pueden expresar apoyo y aceptación. Estos signos sociales y compartidos son los que operan en la construcción de la subjetividad y la sociabilidad.

Por otro lado, se pudo observar que en las acciones de estos jóvenes tucumanos carecen iniciativas con fines sociales que promuevan un proyecto político de cambio que tenga impacto en la vida pública. Es decir, que los usos que estos jóvenes realizan de las TIC satisfacen principalmente necesidades privadas de comunicación, socialización y diversión. No generan interacciones por fuera de sus círculos de pares. Más bien, los grupos estudiados se comportan de manera funcional al sistema dominante, es decir, consumen industrias culturales manejadas por capitales de potencias hegemónicas que proponen a nivel global prototipos de modelos y funciones de comunicación.

De este modo, los jóvenes bajo estudio usan las TIC principalmente para imbuirse en un mundo de dispersión, de diversión y se relacionan con actores semejantes, buscan identificarse con los iguales y rechazan relacionarse con los “otros”, los diferentes, los pertenecientes a sectores sociales menos favorecidos. A partir de la tensión identificación (nosotros) diferenciación (ellos) estos actores juveniles van construyendo su subjetivación y socialización.

Así, quedan excluidos de sus redes los adultos y aquellos jóvenes que no pueden adquirir ciertos elementos simbólicos que les permita identificarse con los grupos bajo estudio⁸. Tal es así que la adquisición de los dispositivos de última tecnología, que admita este tipo de servicios es un factor clave para generar autoadscripción entre estos jóvenes de clase media alta y se vuelve prácticamente una exigencia para sus padres⁹.

Sin embargo, cabe aclarar que la exclusión no se produce solamente por la brecha digital, puesto que aunque los jóvenes subalternos tengan acceso a los dispositivos, se mantienen al margen de estos grupos, pues la diferenciación radica en los tipos de usos, en los sentidos que les brindan a sus prácticas comunicativas ya que los jóvenes de clase alta gozan de mayor tiempo libre y dedican más horas diarias a su vida social ya que viven la juventud como un tiempo legítimo para estudiar y socializar, es decir, más libre de responsabilidades que aquellos otros jóvenes que aunque coincidan en edad y compartan los mismos dispositivos tecnológicos, varían los tipos de usos y sentidos dado que los intereses y prioridades son distintos.

Por otro lado, siguiendo a Sibilía (2008: 20), si las subjetividades son formas de ser y estar en el mundo, lejos de toda esencia fija y estable que remita al ser humano como una entidad ahistórica de relieves metafísicos, sus contornos son elásticos y cambian al amparo de las diversas tradiciones culturales. Así como la subjetividad es necesariamente encarnada en un cuerpo también, es siempre embebida en una cultura intersubjetiva. Por eso, resulta fundamental la influencia de la cultura sobre lo que se es. Y cuando ocurren cambios en esas posibilidades de interacción y en esas presiones culturales, el campo de la experiencia subjetiva también se altera, provocando así variaciones en las apropiaciones que hacen los jóvenes integrados de Tucumán con las de los sectores subalternos.

Es por ello que se prestó atención a los cambios que se están produciendo en el plano de la cultura y de las subjetividades juveniles ante la emergencia de nuevas prácticas comunicativas que están transformando las formas de socialización porque incluso las reuniones con amigos están siendo resignificadas por la presencia de *smartphones*. Cabe

⁸Uno de los jóvenes entrevistados afirmó: “yo antes cuando no tenía *BlackBerry* me sentía excluido”. De este modo se puede observar el papel central que cumplen los dispositivos en la construcción de identidades juveniles, no sólo a nivel individual sino también grupal.

⁹Así lo pudo constatar Mariana Prado (2012) en su tesis de licenciatura, al observar que “en la generalidad de los casos cuando por lo menos dos del grupo tienen *BlackBerry*, los restantes integrantes paulatinamente van adquiriendo esos dispositivos por temor a quedarse afuera. A medida que van percibiendo lo importante que resultan estos equipos para socializarse y comunicarse con sus círculos de referencia convencen a sus padres para que les compren ese aparato” (105).

destacar que estas transformaciones son igualmente percibidas por los jóvenes estudiados. En este sentido, el presente trabajo adhiere al pensamiento de Castells, quien manifiesta que “la cultura del individualismo en red encuentra su plataforma preferida en el variado universo de la autocomunicación de masas: Internet, comunicación inalámbrica, juegos en línea y redes digitales de producción cultural, remezcla y distribución” (2009:175).

Las TIC llegaron para quedarse y las transformaciones se están produciendo en todos los ámbitos y en diferentes niveles. Está emergiendo un modo de sociabilidad diferente como así también hay un ambiente comunicativo más amplio y diverso que no conoce de fronteras físicas, lo cual estimula el desarrollo de procesos de comunicación más autónomos e interactivos. Sin lugar a dudas, resulta complejo pensar el modo en el que estos procesos se están produciendo, inclusive parecen paradójicos. ¿Individualismo en red? ¿Acaso la red global no estimulaba una comunicación horizontal que permitía una interacción con muchos otros volviendo más interactivo el proceso? ¿De qué manera dicha interacción conduce a un individualismo?

Se intentará aclarar el panorama tomando algunos elementos empíricos del trabajo de campo realizado. Si bien este nuevo ambiente digital posibilita una comunicación multidireccional y desde cualquier canal, es decir que todos pueden producir y poner en circulación los mensajes y contenidos que quieran, a la vez pueden comunicarse de forma ubicua, desde cualquier lugar y en cualquier momento y a costos bajos independientemente de las distancias. Todas estas posibilidades constituyen la horizontalidad de los procesos de comunicación y al mismo tiempo definen nuevos modos de interacción.

Pero ahora entra en acción también el individualismo, por lo cual estimulan prácticas que privilegian la libertad, el ser autónomos, administradores de los propios tiempos y que actúen de acuerdo a sus gustos, valores y creencias. Es decir que cada individuo actúa optando por darle prioridad primero a la satisfacción de sus necesidades, deseos y proyectos antes que a la de otros miembros de su comunidad. Por lo tanto, este nuevo sistema comunicativo por un lado permite crear nuevos lazos: más interactivos, más abiertos y fluidos. Pero por otro, estimula la satisfacción individual por encima de cualquier interés social. Esto es lo que sucede en situaciones presenciales de comunicación donde las TIC entran en escena y los jóvenes jerarquizan cuál conversación escuchar, no tienen en cuenta la necesidad del otro de compartir algo o de poder expresarse, escuchan de acuerdo a sus necesidades, gustos o intereses optando de ese modo por lo que les genera más placer, por lo más importante o divertido.

De igual modo, se pudo constatar cómo ni preguntan a los demás participantes del encuentro comunicativo si les molesta que interactúen con dispositivos, por lo que se puede afirmar que piensan en ellos independientemente de la percepción del otro puesto que de igual modo no descuidarían sus comunicaciones digitales por la presunta molestia de los participantes del proceso comunicativo presencial. A pesar de que algunos de los entrevistados comentaron que si alguien del grupo le pidiese que dejara el celular lo haría, también sostienen que como nadie se lo pide no lo hacen. La veracidad de esta afirmación se ve cuestionada por los testimonios de muchos otros jóvenes que aseguraron pedirles a sus amigos que suelten los dispositivos telefónicos y no lo hicieron. Cabe precisar que desde esta investigación no se considera que se trate de una adicción, sino de ese individualismo paradójico que estimula y desarrolla la era digital global. De acuerdo al estudio de Prado (2012: 109):

(...) carecería de sentido tratar terapéuticamente un caso de sobreuso de estos aparatos: tan pronto se presente otra innovación que atraiga y participe en los procesos de socialización e identitarios, habrá quedado atrás el impacto de los equipos inteligentes. Además que estas percepciones no están teniendo en cuenta posibles procesos de mediación que puedan producirse.

De este modo, se pueden destacar los cambios que se produjeron en los últimos diez años respecto a los servicios de mensajerías online donde *Messenger* cumplía un papel importante en los procesos comunicativos juveniles, así también *BlackBerry* fue un caso emblemático hace unos años atrás.

Por lo tanto, las TIC y las nuevas prácticas comunicativas surgidas a raíz de ellas no están conduciendo a una vida más solitaria, sino que con ellas emerge un nuevo tipo de socialización articulado principalmente con Internet y las variadas prestaciones que ofrecen comunicación, relaciones sociales y entretenimiento. Estos son los tres elementos claves del mundo digital global en el que la comunicación se desenvuelve, la articulación de estos da lugar a nuevos procesos de socialización, subjetivación y de comunicación. No es posible pensar uno de estos procesos sin referir a los otros, puesto que todos se construyen en simultáneo y en el mismo ambiente comunicativo en el cual las TIC son protagonistas e inciden en dichos procesos, no de manera homogénea sino, de acuerdo a cada cultura y a la apropiación local que realicen los actores sociales. Esto permite comprender de qué modo se va construyendo la subjetividad en el marco de las acciones comunicativas digitales de los

jóvenes ya que los ejes de subjetivación¹⁰ operan en interacción con otros. En este sentido, es preciso postular que las mediaciones que los jóvenes realizan con TIC no son sólo interacciones con tecnologías sino que entablan vínculos sociales porque está un individuo relacionándose con otro/s y con el contexto en que se desarrolla, permitiendo una comunicación horizontal.

Al respecto, Morduchowicz (2013) afirma que “el principal uso que hacen los chicos de la tecnología es comunicativo. Disponen de una amplia variedad de medios y soportes sólo para comunicarse” (18). De este modo, se puede afirmar que en toda acción aparentemente individual, como publicar una *selfie*, subyace una dimensión colectiva en busca de la aprobación de sus pares mediante diversas acciones y pasiones. Así, se establece una dinámica de participación entre miembros¹⁰ activos que intercambian experiencias y saberes. Por lo tanto, las prácticas subjetivas mediadas por TIC deben pensarse y analizarse en conjunción y también, en relación a modos de sujeción y dominio que no son mediatizados y que operan a través de otros mecanismos. Nuevamente, quedan de manifiesto los cambios que están produciendo las TIC en la vida de los jóvenes, las transformaciones en el terreno de la comunicación repercuten también en los procesos de socialización y de subjetivación, dado que estos procesos están interrelacionados y se construyen en conjunto.

Consideraciones finales

A modo de conclusión, se puede decir que comprender al sujeto juvenil moderno es complejo y requiere de una aproximación desde sus propios universos de sentidos, es decir, exige una mirada desde las subjetividades de los propios actores, donde se excluyan las miradas adultocéntricas y basadas en prejuicios. Imaginarios que construyen discursos de los jóvenes como “rebeldes sin causa”, “adictos a la tecnología”, “seres incomunicados”, “sin objetivos definidos”, etc. En este sentido, el concepto de subjetivación de Foucault resultó de suma importancia para responder los interrogantes que el sujeto juvenil nos interpela hoy e interpretar cómo los jóvenes de los sectores más favorecidos económicamente de la capital tucumana buscan satisfacer su deseo de reconocimiento en el uso que hacen de las TIC, más precisamente de las Redes Sociales de Internet.

De acuerdo a las apropiaciones significativas realizadas por el grupo bajo estudio, las prestaciones de Internet funcionan como instrumentos del consumismo, del cosmopolitismo, del

¹⁰Foucault entiende la subjetivación como la relación del sujeto consigo mismo, según lo explica Arturo José Bastidas Delgado (2014).

multiculturalismo y del entretenimiento global. Los jóvenes tucumanos entrevistados no tienen una mirada crítica sobre las TIC, no se cuestionan acerca del origen de los capitales de las industrias culturales que consumen. Estos grupos consumen los bienes culturales de comunicación en estado de dispersión, optando por lo novedoso, lo divertido y priorizando usos con fines privados que tienden a la conservación del “orden” del sistema dominante, donde los sectores subalternos son excluidos no sólo del grupo de los incorporados¹¹ a las TIC, sino también de las posibilidades de contar con la condición de ser considerados jóvenes, puesto que carecen de la moratoria social que permite definir a la juventud como ese “tiempo legítimo para dedicarse al estudio y la capacitación, postergando el matrimonio, permitiéndoles así gozar de un cierto período durante el cual la sociedad brinda una especial tolerancia” (Margulis y Urresti, 2008: 1-2).

Con este trabajo no se intenta dar por concluida la comprensión de la subjetivación de jóvenes de clase media alta de Tucumán, más bien se pretende instalar nuevos interrogantes y abrir debates respecto a los modos de construcciones subjetivas juveniles.

BIBLIOGRAFÍA

- Bastidas Delgado, Arturo José (2014). “Subjetivación y desubjetivación”. En *Estudios Sobre Michel Foucault*. Venezuela: Producciones Editoriales C.A.
- Benjamin, Walter (1995). *La dialéctica en suspenso*. Santiago de Chile: Universidad ARCIS y LOM ediciones.
- Braidotti, R (2000). *Sujetos Nómades*. Buenos Aires: Paidós.
- Cabello, Roxana (2007): "Sobre sociabilidad y otras formas de 'estar con el otro'. Intercambios en torno a los juegos en red". En *Los usos de las TICs. Una mirada multidimensional* (pp131-152). Buenos Aires: Universidad Nacional de General Sarmiento y Prometeo Libros.
- Castells, Manuel (2009). “La comunicación en la era digital” en Castells, *Comunicación y poder* (pp. 87-189). Madrid: Alianza.
- Chein, Diego y Kaliman, Ricardo (2013). “Tercera parte. Identidad. Propuestas conceptuales en el marco de una sociología de la cultura”. En *Sociología de las identidades: conceptos para el estudio de la reproducción y la transformación cultural* (pp.113- 181). Villa María: Editorial Universitaria.
- Da Porta, Eva (2011). “Algunos límites de los estudios de recepción para estudiar los procesos de mediatización de las subjetividades juveniles. Una propuesta para trabajar desde la apropiación”. En *Sujetos, miradas, prácticas y discursos: Segundo Encuentro sobre Juventud, Medios e*

¹¹Reguillo (2013) propone la clasificación “incorporados” para aquellos cuyas prácticas son analizadas a través o desde su pertenencia al ámbito escolar, laboral o religioso o bien, desde el consumo cultural y “alternativos o disidentes” para quienes no son incorporados a los esquemas de la cultura dominante.

Industrias Culturales 1a ed. - Tucumán, 2013, <http://es.scribd.com/doc/156148008/SUJETOS-MIRADAS-PRACTICAS-Y-DISCURSOS-G-Palazzo-y-P-Gomez-coords-pdf#scribd> (Consultado el 24 de junio de 2015).

Foucault, M (1985). *Un diálogo sobre el poder y otras conversaciones*. Buenos Aires: Alianza Editorial.

Kojeve, Alexander (2002). *La idea de la muerte en Hegel*. Buenos Aires: editorial Leviatan.

Margulis y Urresti (2008). "La juventud es más que una palabra", en www.perio.unlp.edu.ar/margulis-la-juventud (consultada el 03-02-15).

Morduchowicz, Roxana (2013). *Los adolescentes del siglo XXI: Los consumos culturales en un mundo de pantallas*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Piscitelli, Alejandro (2009): *Nativos digitales: dieta cognitiva, inteligencia cognitiva y arquitecturas de la participación*. Buenos Aires: Santillana.

Prado, Mariana del Valle (2012). *Conectad@s o desconectad@s?: Comunicación intersubjetiva en jóvenes tucumanos*. Tucumán: Facultad de Filosofía y Letras.

Reguillo, Rossana (2013). *Culturas Juveniles. Formas políticas del desencanto*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

Sibilia, Paula (2008). *La intimidad como espectáculo*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Urresti, Marcelo (2008). *Ciberculturas Juveniles*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

Artículo recibido el 15-02-2017 | Aceptado el 05-05-2017 | Publicado 28-06-2017

<http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/revcom/>
Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

