METEORO

**Meteoro nº 19 Identidades en la era digital**

**Contenidos**

*La construcción de la identidad de los jóvenes en la era digital,* Eugenio Díaz

## La construcción de la identidad de los jóvenes en la era digital*

Eugenio Díaz

*Psicólogo clínico y psicoanalista en Barcelona. Analista Miembro de Escuela (AME) de la Escuela Lacaniana de Psicoanálisis (ELP) y de la Asociación Mundial de Psicoanálisis (AMP). Director del Área Social de la Fundació Cassià Just y responsable de los Programas para adolescentes en riesgo de exclusión. Coordinador externo de la XIAC (Xarxa d'infants i adolescents de Cornellà).*

El desarrollo espectacular de las nuevas tecnologías, es algo que ha marcado, que marca, un antes y un después en la civilización. Es el nuevo universo simbólico, que ya no es lo que era. Nos interesa entonces saber, conversar, investigar, sobre sus incidencias en la construcción de la identidad, en lo cotidiano de la subjetividad de los jóvenes y en general en la de los sujetos contemporáneos.

La era digital es la de todos, lo sepamos o no, conozcamos más o menos sus funcionamientos, seamos nativos digitales o no.

---

* Trabajo presentado en el Colegio Oficial de Psicólogos de Catalunya, el 6 de junio de 2016 en el marco de la Comisión sobre infancia y adolescencia.

***Era digital e hipermodernidad***

El desarrollo de la era digital, no puede pensarse sin los cambios que han supuesto el paso de la modernidad y su creencia en el triunfo de la razón, a la postmodernidad o el triunfo del individualismo, y su versión actual, la hipermodernidad,[1] con el triunfo del exceso. Triunfo que lleva en su marchamo su propio fracaso.

Era digital e hipermodernidad se anudan, en tanto que una no ha podido alcanzar su desarrollo máximo, quizás aún por llegar, sin la otra. Una hipermodernidad caracterizada por el consumo situado en el zenit social, incluso más que el lazo mismo.

Es la promoción de un derecho al goce del consumo que nos *marca* como "todos consumidores". Consumidores más que ciudadanos. Del lado del "tengo derecho", es decir del "niño contumaz",[2] más que de la responsabilidad y aún más lejos, del deseo de saber sobre las condiciones del goce propio.

En este sentido de "todos adictos al consumo de masas", casi cualquier objeto puede ser considerado adictivo: sexo, trabajo, comida, por supuesto las compras, el juego, sin duda las medicaciones, las nuevas tecnologías -multimedias y redes sociales incluidas-, o hasta el amor.

Pero lo que parece más impactante es que no sólo pueden convertirse en objetos adictivos, sino que cada vez con menos pudor, se busca que se conviertan en adictivos. El marketing es explícito, como lo muestra un anuncio televisivo de crema para hombres -elegido entre muchos posibles- que usó como reclamo la siguiente frase: "un chute de anti-edad...para que los excesos no queden marcados en la piel".

Advirtamos aquí el uso de un significante de las toxicomanías –"chute"-; de la puesta en relieve del ideal de la eterna juventud; y del empuje al exceso.

El individuo en esta lógica, sufre la tensión que significa vivir en un mundo disociado de la tradición. De todos modos, conviene señalar que la tradición es siempre algo escurridizo. Advirtamos que la tradición no es más que un mito, a menudo moralista y que el psicoanálisis con Lacan, ha contribuido fuertemente a su caída, con la caída a su vez del Nombre del Padre. La tradición, como arma arrojadiza, está en la lógica de las intenciones y lejos de la ética de las consecuencias.

Todo ello organizado por la política de control sobre los cuerpos, que la alianza entre el capitalismo y la ciencia promueve. Es lo que Foucault llamó la biopolítica.[3]

Entonces “el hombre liberado de la sociedad moderna”, como señalaba Jacques Lacan ya en los años 50, es hoy más que nunca “esa víctima condenada a la más formidable de las galeras”.[4] Es el sujeto consumidor consumido, donde finalmente no se sabe bien quien es el objeto, si el objeto de consumo, o el consumidor mismo.

Ello produce como efecto paradójico más insatisfacción, infantilización y una nueva forma de miseria, “estar solo…frente al eclipse de lo simbólico”,[5] frente a la dificultad para la reflexión y acción de la relación de los hombres con la vida.[6]

***Las TICs y sus incidencias en la vida cotidiana***

Las pantallas, las redes sociales, los *gadgets* con los que el tecno-capitalismo y la tecno-ciencia (que se emparentan en su voluntad de cancelar lo imposible) inunda la existencia de los sujetos contemporáneos, tienen consecuencias en la vida cotidiana que no podemos obviar. Enumeraré algunas de ellas, sin ánimo de ser exhaustivo.

1. **Un acceso al conocimiento** (no sé si podemos hablar exactamente de acceso al saber, pues éste requiere de una elaboración que el mero conocimiento no necesita), que modifica de una manera nunca vista la relación por ejemplo a la autoridad y al aprendizaje.
   Lo digital promueve lo autoerótico, y desvela la faz de semblante de la autoridad.
   Es lo que Jacques-Alain Miller ha llamado una autoerótica del saber.[7]
   La autoridad que se fundaba en la suposición de saber de un niño a un adulto, se ha desplazado a la red, a “San Google” como una joven lo llamó en análisis, de acceso para todos e inmediato.
2. **Una nueva relación con el tiempo, con los encuentros**. La vida cotidiana está afectada por una hiperactividad casi incuestionable.
   El empuje a lo inmediato, a la conexión permanente, con el *conneting people* o el ciberespacio, como paradigmas, tiene consecuencias en los cuerpos de los sujetos y en el lazo social.
   - En los cuerpos, que se sitúan entre hiperactivados (aquí tenemos lo que va del *stress* al empuje a hacer, o al tabú del aburrimiento) y en su otra cara, cuerpos caídos, desinflados, deprimidos.
     O conectados hasta la extenuación o completamente desconectados.
   - En el lazo, en tanto la conexión permanente produce la ilusión del cero desencuentros. Es la ilusión de acabar con la discordancia del sujeto con la vida, que siempre está en más o en menos, siempre dependiente de la contingencia. La vida es la contingencia misma. Lo que no puede ocurrir es que no haya

contingencias. Sin embargo la era digital parece prometer, una vida sin contingencias, sin desencuentros. El mayor desencuentro por ejemplo lo produce hoy día el no tener móvil o estar sin internet.

El GPS -aparato para no perderse- o el ciberespacio -lugar donde, limitando el encuentro de los cuerpos, todo se juega en un mundo que parece librarnos de lo que no acaba de ir- son paradigmas de la ilusión del cero desencuentros.

Ahora bien es justamente en lo que no acaba de ir, en los intersticios de lo que no va del todo, que se constituye la posibilidad misma del lazo social.

3. **La casi desaparición de la barrera entre lo público y lo privado**.
   - En la sexualidad, donde la difusión masiva del porno, por tomar las palabras de Miller, "...coito exhibido, hecho espectáculo, s*how* accesible para cada cual en internet con un simple *click* del ratón..."- que hace saltar por ejemplo toda idea de la educación sexual-, "...es algo nuevo en el régimen social de la sexualidad, en sus modos de aprendizaje en los jóvenes, en las nuevas generaciones que empiezan su camino. Ahí están los masturbadores, aliviados de tener que producir ellos mismos sus sueños diurnos porque los encuentran ya hechos, ya soñados para ellos."[8]
   - En el acceso a los puestos de trabajo, donde las empresas pueden controlar lo dicho en las redes sociales y hacer ya ahí su proceso de selección.
   - En el ciberbullying donde el acoso se multiplica por la exponencial del efecto de la red
   - Con la venta de los datos médicos personales a empresas para su uso comercial

   Es el *big data*, con sus dos caras, que en nombre del bien introduce nuevos riesgos e interrogantes.
4. Por último, la distinción clásica, aunque nunca fácil de precisar, entre **uso y abuso,** en las nuevas tecnologías se difumina, puesto que el uso aquí no es sino abuso para todos. El mundo laboral, el personal, el de los negocios o el del ocio, está en dependencia de las nuevas tecnologías.

### *Construcción de la identidad en la era digital*

Si la identidad hasta la modernidad se construía a partir de las identificaciones y los ideales, bajo la dupla prohibición-transgresión, hoy no es esta lógica la que comanda principalmente la construcción de la identidad. Lo que la comanda son los nuevos espacios *on-line*, que sirven tanto para su construcción como para su expresión.

La Comunicación mediada por computación, CMC, que incluye comunicación sincrónica -chats, video-conferencia-, y asincrónica (e-mail, *wapps, tweets*), es la modalidad de integración de la tecnología en nuestra vida cotidiana e incluye algunas novedades a considerar.[9]

**La auto-representación**

La CMC facilita que la identidad se construya casi en su totalidad en cómo deseamos que los demás nos perciban. Aquí la auto-representación comanda el vínculo. Es lo auto, más que lo altero, lo que está en primer plano. Lo virtual facilita la auto-representación. Soy lo que enseño que soy, y eso ocurre de un modo radical.

Esto se ve, entre otros lugares, en los juegos on-line, la mayoría de los cuales consisten en pasar pantallas para conseguir objetos que sirven para de una identidad virtual, al servicio de un cuerpo acorazado.

En la realidad virtual, la realidad es la imagen, su relato, o su reduplicación, lo que favorece el "encantamiento narcisista", o el exhibicionismo.

De todos modos, así lo escuchamos en la clínica con adolescentes, la ilusión del cero desencuentros, del cero exposiciones a lo fallido estructural del encuentro, se acaba truncando. En ocasiones el amor -como un adolescente relata como causa de su separación de los video juegos que a ojos de todos no era más que una adicción- viene en ayuda de lo que permite acceder al deseo, que por supuesto no puede pensarse sin el goce.

**El avatar**

Un término que es común entre los jugadores *on-line* es el *avatar*. El avatar es la representación o encarnación de uno mismo en el entorno virtual, un alter ego. Ahí el sujeto parece no jugarse apenas nada. La experiencia se deslocaliza, o se localiza de entrada, sólo virtualmente y con ello el joven cree ahorrarse los efectos de los encuentros.

Ahora bien, a través del avatar que cada sujeto elige podemos captar también algunos de sus rasgos de identidad. Nos interesa eso, pues expresa la relación entre la identidad y el ciberespacio, ya que en el ciberespacio no se tiene un cuerpo, sino una representación de uno mismo que está construida a la elección del usuario. Eso a veces allana otro relato, el del cuerpo hablante.

**El anonimato**

Otro punto importante en la construcción de la identidad y el lazo, aunque no menos en relación a la ley, es el anonimato que permite a los usuarios de la red asumir diferentes identidades, crear identidades, cruzar límites, fronteras varias y tener poderes.

El anonimato puede ubicar al adolescente del lado de una cierta impunidad, pero también, si puede ser escuchado, en el terreno de una cierta salida de las inhibiciones.

**Identidades frágiles**

Los ciber-espacios pueden pensarse como "*workshops* de identidad", de una identidad más líquida, múltiple

Señalaré algunas de las tendencias que pueden contribuir a la formación de identidades sujetas al "marketing":[10]

- La sobreexposición a las pantallas, puede favorecer el desinterés por la palabra y la argumentación
- La aceleración de las experiencias sensoriales en la interacción con los aparatos tecnológicos puede crear un estado de permanente excitación
- La sobreexposición a las imágenes de violencia, puede banalizar la vida y la muerte.

Para finalizar, lejos de considerar las TICs, como causa de adicciones o desorientaciones, en nombre de una época supuestamente más orientada, toca tomarlas en cuenta. Tomar en cuenta sus efectos, alejándose de una nostalgia infructuosa o incluso dramática, que produce impotencia, abandono o sadismo.[11]

Nos interesa saber que el ciberespacio es la nueva forma de vínculo, de construcción de la identidad de los jóvenes y de su relato. Que la conexión permanente produce también sus fugas y que, si hay quien está dispuesto a oírlas sin juicio moral, pueden convertirse para el joven en síntomas que le interroguen.

No hay nada a recuperar, sólo entender y usar lo que hay en juego del uso que cada joven, uno por uno, hace de los nuevos espacios de construcción de identidad.

Las nuevas tecnologías pueden escucharse del lado de la bolsa, en la creencia que no hay pérdida posible en el espacio virtual, o del lado de la vida, donde siempre aparece eso que la hace vivible, su *tyché,* el encuentro de un lugar en el mundo, pero no sin los otros.

**Notas bibliográficas:**


1. G. Lipovetsky, *Los tiempos hipermodernos*, Anagrama, Barcelona, 2006
2. F. Leguil, "Los niños contumaces", en *Freudiana* 31, Paidós, Barcelona 2001, pag. 69-85
3. Sobre la biopolítica, la identidad y los cuerpos, ver el artículo "Identidad y cuerpo en tiempos de la biopolítica", en la revista digital *Aesthetika*, del Departamento de Política y Ética de la Facultad de Psicología de Buenos Aires
4. J. Lacan, "La agresividad en psicoanálisis", en *Escritos 1*, Siglo XXI, Barcelona, 1989, pa.116
5. J. Alemán, "Soledad: Común, en *Lacan, la política en cuestión...",* Grama ediciones, 2010, Bs.As., pág. 23
6. Ph. Lasagna, *"*Un discurso sobre la política*",* en *El psicoanálisis en la política de hoy,* AMP *News* 2012
7. J.-A. Miller, "En dirección a la adolescencia", en *El Psicoanálisis* 28, Revista de la ELP, 2016, pág. 19
8. J.-A. Miller, en el "El inconsciente y el cuerpo hablante", presentación del tema del X Congreso de la AMP
9. Algunas ideas sobre la CMC y la creación de identidades, están desarrolladas a partir del artículo de Nicanor Ursua de la Universidad del País Vasco, "La(s) identidad(es) en el ciberespacio. Una reflexión sobre la construcción de las identidades en la red ("online Identity")", en https://dialnet.unirioja.es /servlet/articulo?codigo=5025030&orden=1&info=link
10. Ibid. Pág 291
11. La nostalgia sea del "hay relación sexual", sea del "hay carretera principal", puede ser infinita, como nos muestra Woody Allen en una de sus última películas, *Midnight in Paris*.