
“¿CUÁLES SON LAS SUBJETIVIDADES ASOCIADAS AL USO DE INTERNET?”

“WHAT ARE THE ASSOCIATED SUBJECTIVITIES USE OF INTERNET?”

Investigadora Titular: Yanquiel Barrios Hernández¹

Investigador Auxiliar: Marxlenin P. Valdés

Universidad Nacional, La Habana, Cuba.

CDID “Centro de Documentación, Investigación y Difusión de Psicología Científica”²
Universidad Católica “Ntra. Sra. De la Asunción”

Recibido: 2 de Diciembre de 2014

Aceptado: 15 de Mayo de 2015

Resumen

Internet y las redes sociales virtuales inciden en la conciencia de los individuos dictando un esquema conductual a seguir. Penetran con mayor sutileza en nuestras vidas, convirtiéndose en proveedores y dueños de la realidad. La tendencia es a permanecer más horas *on line* y conformarnos como más dependientes de la tecnología. Nuestra interacción social se ha vuelto menos física, en tanto más virtual. El propósito de este artículo es describir el tipo de subjetividades que produce Internet, partiendo de la premisa que es este el medio de comunicación por excelencia en la actualidad y que el periodo etario de la juventud se instaure como el mayor consumidor. El trabajo se realizó desde el enfoque de las ciencias sociales, el cual da cuenta del proceso de subjetivación como la relación entre lo objetivo y lo subjetivo, el tránsito de lo externo a lo interno de las cualidades psicológicas del individuo.

Palabras Clave: Internet, Juventud, Subjetividad.

¹ Correspondencia remitir a: barrioshernandezzy@gmail.com. Yanquiel Barrios.

² Correspondencia remitir a: revistacientificaeureka@gmail.com,norma@tigo.com.py “Centro de Documentación, Investigación y Difusión de Psicología Científica”, FFCH-Universidad Católica de Asunción-Paraguay.

Abstract

Internet and social networking sites now directly involved in the consciousness of individuals teaching a behavioral pattern to follow. Day by day more subtly penetrate into our lives, becoming providers and owners of the reality around us. Each time the tendency is to spend more hours on line and conform as more dependent on technology. Our social interaction has become less physical, as virtual. The purpose of this paper is to describe the kind of subjectivities that Internet produces, on the premise that this is the quintessential media today and that the age of the youth period is established as the largest consumer. The present study was conducted from the perspective of the social sciences, which realizes the process of subjectivation as the relationship between the objective and the subjective, the transition from the outside to the inside of the psychological qualities of the individual.

Keywords: Internet, Youth, Subjectivity.

Introducción

El proceso de subjetivación de un objeto se encuentra vinculado a la personalización de contenidos valorados socialmente. La subjetivación se refiere a la relación entre lo objetivo y lo subjetivo, al tránsito de lo externo a lo interno de las cualidades psicológicas del individuo, lo cual se explica mediante la ley genética del desarrollo de Vygotski. La misma postula que todo proceso psicológico aparece dos veces: primero en las relaciones interpersonales y luego como dominio intrapersonal. Al respecto, Vygotski expresó: “detrás de todas las funciones superiores, de sus relaciones, están, genéticamente, las relaciones sociales, las relaciones entre la gente” (Vygotski, 1987). De esta forma se asevera que “todo lo que existe en las funciones psíquicas superiores, fue alguna vez externo, porque fue social” (Domínguez, 2007).

Internet constituye una masa, el espacio ideal en el que confluye un conglomerado de personas, la mayoría con un fin común. Sigmund Freud caracterizó la masa como el conjunto de particularidades que comparten los individuos en su interior y que a su vez permite que se enlacen y comuniquen sus ideas entre sí (Freud, 1948).

Para considerar Internet como una masa resulta indispensable que los miembros que la componen posean intereses similares relacionados a un mismo objetivo, experimenten los mismos sentimientos en presencia de una situación dada y ostenten de cierta manera la facultad de influir unos sobre otros. En la medida en que esta homogeneidad mental sea más enérgica, con mayor facilidad y fortaleza se constituirá Internet como masa psicológica.

Objetivos

En este constante intercambio de pensamientos, símbolos y saberes, en este juego de roles que constituye Internet, se brinda la posibilidad de establecer sutiles e ingenuas igualdades entre los individuos. Entre los objetivos de este trabajo de encuentran analizar qué tipos de subjetividades puede producir Internet y explicar cómo el individuo la internaliza.

Justificación

Cuando se establece el proceso de subjetivación de Internet, esta comienza a formar parte de los sentidos psicológicos, específicamente como configuraciones psicológicas complejas.

De este modo, la regulación y autorregulación del comportamiento va estar matizada por la relación que el individuo establezca con la Internet, además de la significación e importancia que este le proporcione a las cualidades que ha subjetivado del objeto. Uno de los factores esenciales para analizar y pensar el proceso de subjetivación de Internet se resume al periodo etario en el que se encuentra el individuo, pues en cada etapa del desarrollo psicológico ocurren cambios que modifican el funcionamiento de la personalidad.

Un estudio realizado en 2009 por la Fundación Pfizer titulado “La Juventud y las Redes Sociales en Internet”, reveló que en España el 83,7% de las familias posee disponibilidad de Internet en el hogar, destacando que los jóvenes entre los 17–20 años de edad se enmarcaban como los mayores consumidores de ese servicio. La juventud se encuentra entre los periodos del desarrollo en que el individuo permanece en mayor contacto con Internet. Una de las esferas que cobra mayor importancia en la edad juvenil es la afectivo-motivacional. Dentro de ella se incluyen formaciones psicológicas complejas como los ideales, la autovaloración, la concepción del mundo y el sentido de vida, el desarrollo moral y los motivos e intereses profesionales. Estas formaciones, conjuntamente con otros contenidos psíquicos, son las que promueven una relativa independencia en el sujeto de las influencias externas.

Discusión

Encontrarse inmersos en una masa con las características de Internet va a provocar, como expresó Freud (1948) en “Psicología de las masas y análisis del Yo”, que el individuo se sitúe en condiciones que le permitan suprimir las represiones de sus tendencias inconscientes.

Esta cuestión reviste vital importancia en la juventud, momento caracterizado por la consolidación de las principales adquisiciones alcanzadas en los periodos anteriores del desarrollo y por la tarea principal que debe enfrentar el joven: la autodeterminación en las diferentes esferas de la vida.

Bien sabido resulta todo el halo de rebeldía, subversión y transformación que acompaña a los jóvenes y justamente Internet, mediante su universo casi infinito de posibilidades, brinda la oportunidad de liberar el Ello y actuar de manera muy similar al estado hipnótico, pero en este caso, al contrario del analista, es el entorno virtual de Internet quien guía los hilos del proceso. Los individuos reunidos en una masa como Internet, hacen desaparecer todas sus inhibiciones personales, abriéndole paso para su libre satisfacción a los instintos reprimidos en su inconsciente.

El joven se encuentra ávido de poseer una versión ideal de sí mismo que contenga muchas más características positivas o virtudes, que defectos, y el ciberespacio le brinda esta oportunidad. En esta búsqueda de ideales y desarrollo moral, el entorno virtual juega un rol de facilitador para que el individuo disponga de un segundo Ser o de múltiples identidades en aras de lograr el contacto con otro sujeto (Aguilar y Said, 2010).

En su afán de encontrarse con su ideal, *las tecnologías del Yo*, como las llamara Foucault (1990), permiten a los individuos efectuar por cuenta propia o con la ayuda de otros, cierto número de operaciones sobre su cuerpo, pensamiento, conducta o cualquier forma de ser. Obteniendo así una transformación de sí mismos con el fin de alcanzar determinado estado de felicidad, pureza, sabiduría e inmortalidad.

Las tecnologías del Yo están orientadas a afirmar la subjetividad individual. En los blogs y redes sociales virtuales, el individuo encuentra un modo fácil y efectivo de realizarse mediante la aprobación o elogio de la imagen, mediante acciones o comentarios o a través de insinuaciones amorosas. La subjetivación de Internet implica la autoconstrucción de sujetos. El individuo se apropia de esta tecnología en dirección de obrar sobre sí mismo y orientándola a producir algún efecto sobre los demás.

Retomando a Foucault, es posible percatarse cómo Internet actúa produciendo subjetividades y conciencias engañadas. La supuestamente fácil manera de acceder y realizarse a través de la web resulta un fraude. El usuario en muchas ocasiones debe mentir sobre determinados defectos o actuar por mediación de su otro Ser, creado justamente para participar en el juego de roles de las redes sociales. El individuo es incapaz de darse cuenta que está relacionándose y emitiendo mensajes desde una postura de alguien que no existe, pero mientras esta actitud le reporte beneficios en la comunicación, las relaciones sociales y la popularidad, será imposible que logre reconocerse y reencontrarse con su yo.

El sujeto–usuario se redefine y desde su nuevo yo establece el tipo de interacción que más le convenga con el resto de los sujetos–usuarios del ciberespacio. Envuelto entre las redes de la masa, piensa como ella, se mueve hacia donde ella y actúa en consecuencia. No ve que los demás lo engañan con trucos similares. Internet no solo engendra subjetividades engañadas, también vulnerables a la adicción. La comunicación mediada por la tecnología se ha vuelto el lugar central para la gestión de los cuerpos, los sentimientos, las emociones y las subjetividades.

La subjetivación denota tanto el devenir del sujeto como el proceso de sujeción. Un individuo practica o habita la figura de la autonomía solo al verse sujeto a un poder y esta sujeción implica una dependencia radical (Butler, 1997). En la medida que el individuo se desarrolla, se va relacionando con los objetos que tiene a su alrededor, es decir, los subjetiva. Es en este devenir constante en el que el objeto transita desde lo externo hacia lo interno de las cualidades psicológicas del individuo, que no solo logra subjetivar un objeto determinado, también comienza a ser dependiente y subordinado de dicho objeto.

Continuando con la teoría de Foucault, tal parece que la subjetivación por sí misma implica un sometimiento, una sujeción. La sujeción significa hacerse de un sujeto, el principio de regulación conforme al cual se formula o se produce un sujeto. Constituye un tipo de poder que no solo actúa sobre un sujeto determinado como forma de dominación, sino que también activa o forma al propio sujeto.

Una vez Internet haya sido subjetivada y el individuo mantenga una relación que lo lleva a formar parte indisoluble de esa masa psicológica, inevitablemente la relación que en un inicio se estableció bajo parámetros de conformidad y satisfacción personal va a desembocar en una relación de sometimiento y subordinación. Internet posee la potencialidad de penetrar cualquier esfera de la vida cotidiana y es el sujeto quien la modela dotándola de sus características personales.

La aparente libertad de personalizar un blog o red social no es otra cosa que una evidencia palpable de la hegemonía ejercida por los medios sobre el sujeto y por ende la producción de subjetividades hegemónicas.

Importante tener presente que el ejercicio normal de la hegemonía se caracteriza por una combinación de fuerza y consenso, que se equilibran de diferentes maneras, sin que la fuerza predomine demasiado sobre el consenso, y tratando de que esta parezca apoyada en la aprobación de la mayoría, expresada mediante los llamados órganos de opinión pública (Acanda, 2002).

Desde Internet se ha subjetivado al individuo como sujeto a un sistema de dominación o relación de poder, donde el primero subordina al segundo solapadamente. El engaño sobre la conciencia individual y grupal ha dado como consecuencia la producción de un sujeto dependiente, preso de sí mismo y su autoconciencia.

Los blogs y las redes sociales virtuales como parte de Internet, se enmarcan como tecnologías de poder orientadas por el principio de “Muéstrate a ti mismo” (Remondino, 2012). La regla es que el individuo realice el precepto bajo la norma de lograrlo por su cuenta. La fuente de poder se vuelve invisible cuando las herramientas tecnológicas se ofrecen como amigables y susceptibles de ser manipuladas por el sujeto de libre albedrío.

Un ejemplo patente lo constituyen las expresiones que un individuo realiza en su blog o en un sitio dentro de una red social. Las evocaciones resultan encarnaciones de las diversas formas de constituirse como un sí mismo al interior de relaciones sociales que regulan lo decible, lo mostrable, lo comunicable por ese sujeto en el espacio público del ciberespacio.

Conclusión

El enmascaramiento de una aparente libertad en las relaciones sociales mediadas tecnológicamente produce y reproduce conciencias limitadas a las propias relaciones. Las confesiones autobiográficas, las expresiones en tiempo real de las emociones, y las mostraciones no pudorosas del cuerpo, encuentran en Internet modos seguros de hacer visibles aquellos aspectos individuales reprimidos por el yo, sin que el sujeto concreto sufra ciertas consecuencias desagradables como las que pudiera expresarse en el rechazo y la reprimenda en otras situaciones comunicativas no mediadas tecnológicamente.

Internet, las redes sociales virtuales y sus constantes flujos comunicativos han provocado que experimentemos una nueva forma de representación de nosotros mismos, de los demás y de la realidad. Desde ella se da también una nueva forma de gobernar y por tanto de ejercer el control sobre las personas.

Resulta muy difícil pensar Internet como benefactora del desarrollo de subjetividades ética y moralmente fortalecidas. Entre otros factores, esto se debe a que la red de redes, es expresión de una época que ha dejado de reconocer la alternativa de otra sociedad y por tanto se cree absuelta del deber de examinarse hacia su interior para demostrar la validez de sus presupuestos. Dentro de este escenario, los medios, Internet y las redes sociales virtuales en general, participan e influyen en la creación de una ideología que no propicia la reflexión sobre nosotros mismos, o sobre la polis en la que vivimos.

No siempre la información disponible en estos sitios está en función de dotar al sujeto de elementos para su liberación. Lo que se potencia en la totalidad de estos espacios, es el consumo de banalidades y entretenimiento. Asimismo la estetización de la vida cotidiana, como tendencia creciente a inundar todos los espacios terrenales desde la idea de lo bello, la capacidad del deseo, de la seducción, etcétera: juega un papel fundamental como ilusionismo para desviar la atención de los temas realmente importantes.

Referencias

- Acanda, J. L. (2002). *Sociedad civil y hegemonía*. La Habana: Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana.
- Aguilar, D. y Said, E. (2010). Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: Caso Facebook. *Revista del Instituto de Estudios en Educación Universidad del Norte*. N° 12 enero-julio.
- Bouwan, S. y Willis, C. (2003). *Nosotros el medio. Cómo las audiencias están modelando el futuro de la noticia y la información*. Colombia: Casa Editorial El Tiempo (CEET)
- Butler, J. (1997). *Mecanismos psíquicos del poder, teorías de la sujeción*. Valencia, Universidad de Valencia: Ed. Cátedra.
- Casacuberta, D. y Gutiérrez-Rubí, D. (2010). E-participación: de cómo las nuevas tecnologías están transformando la participación ciudadana. *Revista Razón y palabra*. Número 73, agosto-octubre.
- Domínguez, L. (2007). *Psicología del desarrollo. Problemas, principios y categorías*. La Habana: Ed. Félix Varela.
- Foucault, M. (1990). *Tecnologías del yo*. Barcelona: Paidós.
- Freud, S. (1948). *Psicología de las masas y análisis del yo*. En: *Obras Completas*, Vol. 1, Trad. por Luis López-Ballesteros y de Torres. Madrid: Editorial Biblioteca Nueva.
- Menéndez, H. (1998). *La adolescencia y sus conflictos*. La Habana: Ed. Científico-Técnica.
- Piscitelli, A.; Adaime, A.; Binder, I. (2010). *El proyecto facebook y la posuniversidad: Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*. España: Ariel, S.A.
- Remondino G. (2012). Blog y redes sociales: un análisis desde las tecnologías de la gubernamentalidad y el género. *Athenea Digital*, 12(3): 51-69
- Vigotsky, L.S. (1987). *Historia del desarrollo de las funciones psíquicas superiores*. La Habana: Ed. Científico-Técnica.
- Vigotsky, L.S. (1984). *Problemas de la Psicología Infantil*. Moscú: Ed. Pedagógica.