

Narrativas mediáticas identitarias en la sociedad hiperconectada. Un estudio de caso en el ámbito del Grado de Educación social a través del diseño y producción de tecnobiografías

 Eduardo Fernández Rodríguez y Rocío Anguita Martínez

Resumen

Se presenta una indagación biográfico-narrativa con jóvenes universitarios acerca de cómo el entramado tecnodigital media en la construcción de la intimidad en el contexto de la sociedad aumentada. La investigación analiza una serie de textos reflexivos autobiográficos con medios digitales –tecnobiografías– que han sido elaborados y categorizados como narrativas mediáticas afectivas, culturales y cívicas, centrándonos en varios ejes principales de estudio: las relaciones entre lo público y lo privado, la construcción de la identidad en la sociedad-red, el consumo cultural en la cultura digital, los modos de ciudadanía contexto de la modernidad líquida. Tras la exposición de resultados se enumeran algunas conclusiones que apuntan a la necesidad de situar los procesos de configuración de la intimidad aumentada (extimidad) en el contexto de las nuevas tecnologías del Yo activo y del régimen escópico asociado a la *e-imagen* en el capitalismo neoliberal y las sociedades de control.

Identity media narratives in the hyperconnected society. A case study in the Degree in Social Education through the design and production of technobiographies

Abstract

A biographical-narrative inquiry is presented with university students about how the techno-digital framework mediates the construction of intimacy in the context of the augmented society. The research analyzes a series of autobiographical reflective texts with digital media –technobiographies– that have been elaborated and categorized as affective, cultural and civic narratives, focusing on several main areas of study:

Palabras claves

*intimidad,
narrativas mediáticas,
etnografía digital,
hipervisibilidad.*

Keywords

*intimacy,
media narratives,
digital ethnography,
hypervisibility.*

the relations between the public and the private, the construction of the identity in the society-network, the cultural consumption in the digital culture and the modes of citizenship context of the liquid modernity. After the presentation of results, some conclusions are listed that point to the need to situate the processes of configuration of increased intimacy (extimacy) in the context of the new active ego technologies and the scopoc regime associated with e-image in capitalism neoliberal and control societies.

Introducción

La juventud universitaria se halla inmersa en un entramado tecnomediático que los convierte en lo que se conoce como jóvenes hiperconectados (Palfrey y Gasser, 2013). Esto se traduce en un gran número de prácticas que van desde el envío de correos electrónicos y mensajes de texto, participación en redes sociales, utilización de dispositivos multimedia, desarrollo y seguimiento de páginas web, blogs, etcétera. Cada una de estas acciones nos remite a la posibilidad de comprender la tecnología digital en su capacidad de mediación para crear y mantener vínculos afectivos (Linke, 2014), movilizar sentimientos, pensamientos e ideas (Wood, Bukowski y Lis, 2016) y contribuir a la generación de intercambios que incidan en el terreno de lo público y la participación ciudadana (Banaji y Buckingham, 2010; DatAnalysis, 2013).

Estos diversos usos y prácticas en la intimidad de los jóvenes y su papel, que se encuentra en una constante redefinición, hacen que podamos hablar de las tecnologías digitales en tanto tecnologías del Yo (Foucault, 1990) que permiten a las personas efectuar ciertas operaciones sobre sí mismas (en interacción con otros u otras) y constituirse en sujetos éticos que también se dotan de una moral para vivir, de una estética de la existencia individual y colectiva (Fisher, Boland y Lyytinen, 2016).

Una de las cuestiones que ha tenido cada vez mayor presencia en la investigación es la construcción de la identidad en la sociedad-red (Crovi Druetta, 2013; Davis, 2016), siendo de extraordinaria importancia hoy en día examinar cuáles son los cambios producidos en los procesos de creación y recreación identitaria en la era digital y, sobre todo, de mediación tecnológica (Connolly, 2016).

Algunos trabajos refieren a las oportunidades que ofrecen tales contextos para la configuración de personalidades que, de modo performativo, “se escriben” en entornos *online* de interacción y cultura participativa (Jenkins, Ito y Boyd, 2015) y cómo usuarios de los *social media* comienzan a evolucionar hacia posiciones más autoexigentes respecto de sus huellas digitales y la imagen que ofrecen en redes y plataformas sociales. Otros estudios también se preguntan acerca del lugar que ocupan artefactos digitales, redes sociales y dispositivos de comunicación multimedia para la construcción de generaciones más empáticas y solidarias que, sobre la base de nuevas formas de participación y de colaboración en procesos de aprendizaje ubicuo y educación expandida, contribuyen a una nueva ética ciudadana (Kahne, Middaugh y Allen, 2014) marcada por la creación cultural compartida (Jenkins, Ford y Green, 2013) y la generación de bienes comunes.

También encontramos investigaciones que alertan de las complejas y, a menudo, ambiguas relaciones entre lo público y lo privado en el contexto de los medios de comunicación social y de la sociedad digital (Lasén, 2014). La conectividad constante a través de espacios en la Red como webs, portales y redes sociales, blogs, etcétera, hace que los jóvenes deban modular permanentemente su intimidad (Boyd, 2012) en un entorno de fronteras difusas entre a quiénes consideramos cercanos y a quiénes extraños, qué información consideran susceptible de ser compartida de forma pública y cuál debe quedar circunscrita al ámbito de la privacidad, etcétera, obligándoles a asumir cada

vez una mayor conciencia respecto de la necesidad de negociar, gestionar o modificar dichos procesos de interacción y comunicación (Madden, 2012) como forma, finalmente, de configurar una intimidad privada o pública (Zafra, 2010), mediatizadas ambas por todos estos procesos y entramados en Red.

En todo caso, estas complejas relaciones de lo público y lo privado en el marco de conexiones permanentes y ubicuas integradas en teléfonos inteligentes y redes sociales dejan paso a la formación de una intimidad constituida como intimidad aumentada (Reig, 2012; Tello, 2013) o extimidad (Sibilia, 2012) que en buena medida responde a las exigencias contemporáneas de revalorización de una visualidad (Hjorth y Pink, 2014; Parry, 2015) donde los individuos encuentran oportunidades para la autoexpresión personal y el reconocimiento simbólico, por no hablar de la reproducción mercantil de la e-imagen en el contexto del capitalismo posfordista (Brea, 2010). Estos procesos de intimidad aumentada, por tanto, responden a una sociedad de control (Jay y Ramaswamy, 2014) en el que registros textuales y observaciones, imágenes o mensajería instantánea almacenados en redes como Instagram, Twitter o Facebook, etcétera, forman parte de un proceso de disciplinamiento mutuamente asegurado por los individuos hiperconectados (Jarvis, 2011; Holmes, 2014), pero experimentado diferencialmente según clase social, etnia o género (Nakamura, 2013).

1. Metodología de la investigación

El proceso de investigación se llevó a cabo durante el curso académico 2015-2016 en el marco de dos asignaturas pertenecientes al grado de Educación Social en la Universidad de Valladolid: TIC's Aplicadas a la Educación (formación básica) y Medios de Comunicación Social (optativa), de primer y cuarto curso respectivamente y ubicadas en dos centros: la primera en la Facultad de Educación y Trabajo Social de Valladolid y la segunda en la Facultad de Educación de Palencia. El proceso de realización de estas producciones audiovisuales digitales (tecnobiografías) se realizó durante cuatro semanas de clase en un proceso de trabajo individual y grupal, con la siguiente secuenciación:

- » Elaboración individual de un documento audiovisual tecnobiográfico a partir de narrativas mediáticas afectivas, culturales y cívicas.
- » Producción individual de un texto explicativo del audiovisual.
- » Coanálisis grupal de las tecnobiografías a partir de ejes de reflexión relacionados con la configuración de la sociedad aumentada, la construcción de la identidad y las relaciones público/privadas en la gestión digital del *self*.
- » Modificación/ampliación del documento audiovisual tecnobiográfico.
- » Presentación final de la tecnobiografía y del informe reflexivo.

El objetivo central era realizar una indagación biográfico-narrativa acerca de cómo se construye la intimidad de los y las futuros/as educadores/as sociales, así como analizar de qué modo se haya informada y mediada por procesos vinculados a los medios de comunicación, las tecnologías digitales y las redes sociales.

La investigación se realizó a través de la elaboración y análisis de textos reflexivos autobiográficos con medios digitales –tecnobiografías– producidos como narrativas mediáticas que actúan en tanto mediadoras de sentido en las relaciones entre tecnologías digitales e identidades mediáticas.

El estudio realizado parte de una investigación de corte biográfico-narrativa, pues el foco de atención se centra en la exploración de las producciones narrativas mediáticas

(tecnobiografías) a través de las que los y las participantes conforman modos de actuar y configurar sentidos en el entorno hiperconectado (Chase, 2015; Denzin y Lincoln, 2015; Rivas Flores, 2014).

Al mismo tiempo, y dado que nuestra investigación pretendía analizar la experiencia social mediada por las tecnologías digitales y los medios sociales, nuestra indagación no solo se centraba en el ecosistema mediático en tanto objeto de conocimiento, sino también en la oportunidad de utilizar la red como herramienta de investigación (Ardévol, Estalella y Domínguez, 2008), por lo que se planteaba la etnografía digital (Hine, 2004) como un mecanismo que nos permitiera examinar las relaciones entre los ámbitos virtuales y presenciales, comprendiendo, además, que la aparición de la radio, la televisión, el ordenador, los *smartphones*, Internet, buscadores web, *correo electrónico*, redes sociales, etcétera, han influido y mediado en las interrelaciones personales.

El estudio incluía la recogida y análisis tanto de los aspectos vinculados a la realidad analógica y presencial del aula como a los elementos de la docencia y la realidad virtual/digital de los y las participantes. Los instrumentos y fuentes de datos de indagación utilizados para realizar la investigación responden a las complejidades propias de la etnografía digital:

- » Autobiografías: son las producciones audiovisuales que han ido realizando los y las estudiantes en formato digital junto con los textos reflexivos de las mismas.
- » Observaciones de aula: en las dos aulas donde se ha desarrollado la investigación ha estado presente un observador externo (otro investigador del grupo) que ha realizado observaciones sobre la dinámica de trabajo en el aula de los y las jóvenes en el proceso de realización de las tecnobiografías (conceptualizado como OBS y la fecha de realización en el texto).
- » Cuestionarios: a comienzos de curso se administraron dos instrumentos: un cuestionario validado (Ballesteros y Megías, 2015) para conocer cuál era el perfil de los jóvenes con los que íbamos a investigar y un cuestionario de de Identidades Mediáticas de creación propia para indagar de forma más pormenorizada los usos y significados que hacían estos jóvenes de los diferentes medios de comunicación y digitales: TV, series, cine, radio, música, redes sociales (conceptualizado como Cuestionario Identidades Mediáticas y el número de estudiante correspondientes).
- » Comentarios y recomendaciones realizadas en el trabajo en grupo: todo el trabajo colectivo realizado en grupo también está recogido en forma de comentarios y textos escritos a cada una de las tecnobiografías.
- » El material recogido con todos estos instrumentos y fuentes de datos ha obligado a realizar una selección para el análisis y posterior uso en la investigación. Por ello, se seleccionaron diez estudiantes del grupo de Palencia (todas mujeres, el total del grupo) y dieciséis estudiantes del grupo de Valladolid (trece chicas y tres chicos). En total, analizamos en profundidad las tecnobiografías de veintiséis jóvenes universitarios, conceptualizados de A1Pa a A10Pa y A1Va a A16Va.

Para la codificación y categorización de datos hemos seguido dos procedimientos sistemáticos y exhaustivos en los que gradualmente se ha buscado generar comprensiones sobre el objeto de estudio:

- » Por un lado, el mapeo conceptual de las representaciones gráficas y audiovisuales para proceder a la representación de conocimientos de forma visual, permitiendo enlazar conceptos afines a la hora de proceder a la interpretación de datos (Simons, 2009).
- » Por otro lado, el análisis de narraciones y biografías: al centrarse no solo en lo que las personas dicen y en su descripción de una serie de acontecimientos y actores claves de los procesos estudiados, sino también en cómo lo dicen, por qué lo dicen. Las narraciones nos permiten compartir el significado de la experiencia para los y las participantes en los casos seleccionados (Gibbs, 2012).

2. Lo público, lo privado y la construcción de la intimidad en la era digital

El primer elemento de reflexión tiene que ver con el hecho de que los jóvenes con los que hemos investigado están conectados veinticuatro horas al día en algún formato digital, ya sea con sus familiares o con sus amigos. Esta conexión tiene que ver con la estrategia que plantea Winocur (2015) de “estar visibles”, como una estrategia de inclusión social en su propio contexto, y ha sido favorecido por la aparición de dispositivos cada vez más asequibles (sobre todo *smartphones*) y la consolidación de las redes *wifis* en diferente medida:

Ahora que todos estamos conectados a internet y con cuentas en numerosas redes sociales como Facebook, Twitter, WhatsApp, Snapchat, Instagram... estamos en continuo contacto con todos nuestros amigos y familiares, vemos al instante lo que están haciendo, dónde están o con quienes están. (A2Va)



Imagen 1: A2Va

Todo ello nos lleva a que el acceso *online* transforma la vida *offline* y las relaciones entre ambos campos, en esa estrategia global de visibilidad social. No obstante, para algunos jóvenes existe una fina línea que separa la vida real y la vida *online*, a una cierta separación entre “lo que soy en realidad” o “los grupos de mi vida real”.

Puedes tener claro quién eres en las redes sociales, por ejemplo, y que no tenga nada que ver con la persona que eres en realidad o puedes sentirte parte de grupos que se te proporcionan a través de la red y no en la vida real. (A7Pa)



Imagen 2: A1Va

Las y los jóvenes cuidan su imagen *online*, ya que creen claramente que constituye su “presentación del Yo” con una exposición autocontrolada, contenida, que ellos y ellas saben hasta dónde llega y hasta dónde no, qué enseñar y qué no enseñar en cada momento.

En este sentido, hay algunas ausencias significativas en el material que han realizado los y las estudiantes para esta investigación. Muchos de ellos optaron por poner imágenes sacadas directamente de la red y sin contenido personal. En otros casos, no aparece la mención a lo afectivo en las imágenes (novio/a, familia), precisamente porque la actividad de las tecnobiografías es un ejemplo de cómo se concibe la intimidad en la esfera pública como extimidad.

Reflexionando las imágenes que he seleccionado, me he dado cuenta [de] que en ellas no incluyo a mi familia ni a mi novio, los cuales son una parte muy importante de mi vida. No incluirles en mi tecnobiografía ha sido un error porque mi cabeza automáticamente pensó solo en redes sociales como Facebook, WhatsApp y Twitter. (A6Pa)



Imagen 3: A2Va

Si avanzamos un poco más en cómo están gestionando los y las jóvenes la construcción de los ámbitos públicos y privados y la intimidad, podemos constatar que hay una clara diferencia en el uso de las distintas redes sociales, fundamentalmente entre WhatsApp y Skype, por un lado, y Facebook e Instagram, por otro.

En WhatsApp y Skype la intimidad está protegida al ser redes cerradas donde es necesario admitir las personas de forma expresa al grupo y, por esto mismo, se constituye en un espacio de intimidad aumentada, pero de forma muy controlada. La necesidad de compartir parte de nuestra intimidad en circuitos “cercaños” siempre ha existido, lo que ha ocurrido es que se han ido ampliado estos circuitos a través de estas redes sociales:

Observando mi whatsapp puedo contar que participo en diecisiete chats colectivos diferentes. Los cuales están formados con diferentes grupos de amigos, con familiares, con personas con las que voy a clase, otro con personas con las que he hecho algún curso formativo, con personas con las que formo una peña de fiestas, otro de información, etcétera. (Cuestionario de Identidades Mediáticas_A2Pa)

Esta construcción de la intimidad aumentada controlada en WhatsApp, también ocasiona algunos malos entendidos y pueden utilizarse como factor de aislamiento, como en cualquier relación social y ello es muy tenido en cuenta por los y las jóvenes, en la clara percepción de que son un elemento de inclusión social tal y como defiende Winocur (2015): “he tenido muchos conflictos por culpa del whatsapp, pero aun así

lo necesito si quiero conservar a mis amigas porque si no, no hay manera de quedar con ellas” (A5Va).

Por el contrario, parece que Facebook (y en menor medida Instagram) se convierten en redes sociales donde las estrategias se podrían decir que son de extimidad:

Facebook, ya que es una red social que desde hace unos años hasta hoy me acompaña diariamente e influye en mi vida de una manera brutal. A través de esa red estoy en contacto con amigos y familiares que en este momento se encuentran lejos de mí. (A4VA)

Imagen 4: A5Va

Buena parte del problema de la intimidad se vincula con lo visual y no con lo escrito y también con el anonimato: “Una vez que compartes algo en las redes sociales deja de



ser tu propiedad para ser propiedad de muchas personas” (A2Pa).

Es interesante constatar cómo no hay solapamiento, sino una continuidad de uso entre las diferentes redes sociales en un continuo de construcción de relaciones sociales *online* y *offline*:

Tenía que tomar decisiones importantes en mi vida y cómo las redes sociales y como en ese momento influyeron las diferentes redes sociales en mi círculo más cercano, amigos, familia, pareja []. Gracias a estas, mi relación con las personas que tengo lejos es más fácil, como si no hubiera distancia de por medio. (A7Va)



Imagen 5: A1Va

En definitiva, para los y las jóvenes está muy claro dónde está su vida privada a la que pocas personas acceden y normalmente en formato analógico y la privacidad que quieren mostrar en las redes: “ahora nuestro diario son las redes sociales y, además, ya no es privado” (A1Pa).



Imagen 6: A5Va

3. Construcción de subjetividades individuales y colectivas en la sociedad aumentada

El mundo digital está mediando y remediando la experiencia de los y las jóvenes y es un elemento clave en su construcción subjetiva. Hemos visto cómo manejan la vida privada y pública en estos contextos, pero estas mediaciones van mucho más allá.

La mediación de las tecnologías en la vida de los jóvenes es percibida por ellos y ellas de forma contradictoria.

Por un lado, les permite acceder a todo tipo de información y no se cuestionan las exigencias o requisitos que impone la red. Por otro lado, intentan tomar distancia del impacto de estas tecnologías en sus propias vidas, o bien porque ha sido positivo a nivel individual en ciertos momentos o bien porque sienten que ellos y ellas tienen instrumentos de control que hacen que no les impacte en sentido negativo:

Sin embargo, también me ha servido para reforzar un poco la idea que tenía sobre la dependencia que generan, bastante negativa en cierto modo, ya que muchas veces se produce un abuso de las mismas, hasta el punto de no poder vivir alejadas de la tecnología.
(A4Pa)

Aunque también reconocen que las tecnologías tienen un fuerte componente de vigilancia y control:

Soy muy consciente de la importancia de las redes sociales y de la publicidad que en ella sale, pues además me parece algo excesivo y molesto. Muchas veces puedes sentirte hasta espiado/a, pues igual miras unas botas para comprarte o un sofá y posteriormente te salen anuncios de eso que justamente buscas. (Cuestionario de Identidades Mediáticas_A1Pa)

Añoran la comunicación *offline*, incluso hablan de enseñar a los y las jóvenes a relacionarse sin el uso de la tecnología, pero dejar de usarla supondría un caos en sus vidas:

La gran influencia que tiene la tecnología en mi vida y cómo han cambiado el mundo que me rodea hasta tal punto que si hay un apagón de luz eléctrica el mundo se sumiría en un caos total al no poder cargar los teléfonos móviles, no poder encender nuestros ordenadores o porque nuestro router no funciona sin luz eléctrica (A13Va).



Imagen 7: A3Va

El móvil es el gran mediador de la vida de los jóvenes en la actualidad, ya que lo emplean para todo tipo de tareas como comunicarse con los amigos, escuchar música, ver películas, etcétera, sin pensar en la necesidad y el precio de la conexión a Internet.

En cuanto al uso del ordenador, dicen que casi no lo usan que lo que más emplean es el móvil para casi todo. Que el ordenador lo utilizan para hacer trabajos. Para los trabajos es más fácil utilizar el portátil, USB. Con el ordenador puedes hacer mejores presentaciones y escribir mejor (OB2_06_10_2015).

Las tecnologías digitales median las relaciones sociales de forma que muestra la ilusión de inmediatez, de la cultura del “aquí y el ahora”, se trata de una idea vinculada al concepto de des-sublimación represiva, del goce posmoderno.

Recibir una contestación a tu carta suponía una gran alegría, mientras que la demora te ponía nerviosa. Algo parecido a lo que sucede actualmente con los mensajes de la aplicación Whatsapp u otras aplicaciones similares, solo que ahora nuestra paciencia ha disminuido, todo es mucho más rápido e instantáneo y creo que esto puede afectar demasiado a nuestra capacidad para esperar. (A1Pa)

En el plano individual, el papel mediador de las autofotos e imágenes es fundamental. Gracias al desarrollo de las cámaras digitales, su inclusión en los teléfonos móviles y su convergencia con las nuevas aplicaciones sociales de la Red, donde las imágenes adquieren un protagonismo creciente, el autorretrato ha pasado de ser una práctica minoritaria y casi exclusivamente artística, heredada de la pintura, a generalizarse como forma de presentación y representación personal (Lasén, 2014). “Para mí las fotos siempre han desempeñado un papel muy importante, son una manera de dar vida a recuerdos del pasado y mantenerlos ‘vivos’ de alguna manera” (A1Pa).



Imagen 8: A5Va

Se refuerza el papel de los medios en tanto mediadores de la propia experiencia, pero los y las jóvenes tienen dificultades para percibirlos como remediadores de la misma:

Estas fotografías son compartidas en las redes sociales con la intención de que el resto de personas conozcan estas fiestas, pero sobre todo se realizan con la finalidad de que las demás personas sepan a los acontecimientos a los que se acuden y como se disfrutan y con quién compartes estos momentos. (A2Pa)

También se advierte el uso performativo de los medios para “construir percepción de la realidad (en este caso del pueblo)”, un ejemplo de mediación discursiva:

No me había parado a pensar por qué siempre que hablo [de] o enseño mi pueblo escojo la foto más bonita o la que más nieve tiene. Esto lo hacía por inercia, pero ahora reflexionándolo, lo hago para demostrar con una foto que digo la verdad, cuando digo que es pequeño, que está entre las montañas, que es precioso o que nieva muchísimo. También es para incitar su visita, que se visibilice y que no quede en el olvido. (A6Pa)

Cuidar la imagen, afectar nuestra “presentación del Yo” son cuestiones que se vinculan con la gestión de la extimidad, una forma de “exposición autocontrolada, contenida”.

Con respecto a si las tecnologías afectan o no a nuestra autoimagen, considero que sí, dado que tendemos a cuidar mucho nuestra imagen en las redes sociales o si colgamos una foto en una red, hay quien depende mucho del éxito que produce queriendo ser popular y conseguir muchos me gusta. (A7Pa)



Imagen 9: A9Va

Se relaciona esto con el concepto de Ideal del Yo, hay un vínculo con la idea de identidades nómadas y en movimiento frente a una idea mitificada respecto de una identidad esencial. Se equipara información que circula con la red de con lo que uno es, con su identidad. Hay un proceso de identitario esencialista que debemos cuestionar. Se producen algo así como “espejismos identitarios”.

“Creo que a través de las redes sociales las personas se crean una identidad que difiere de la propia real, creando una imagen muy diferente (tanto física como psicológica) de la que es en realidad, ¿de forma consciente o inconsciente?” (A1Pa).

En el complejo puzzle de la construcción de las subjetividades y las identidades, hay un discurso bien asentado sobre el impacto de las tecnologías digitales en la pérdida cognitiva y de habilidades:

A la hora de enviar fotografías u otros asuntos anteriormente lo realizaba mediante una carta y ahora lo realizado mediante e-mail o whatsapp. Esto hace que el formato de escritura y lectura que tenía anteriormente haya sufrido una transformación, pues a la hora de transmitir cualquier mensaje se realiza simplificando la escritura, utilizando emoticonos e incluso abreviando palabras. (A2Pa)



Imagen 10: AgVa

Se observa una construcción de identidades dependientes. Desde un enfoque de género esto que les ocurre a las mujeres *offline*, se vuelve a reproducir *online*. Siempre al servicio de los demás y considerándonos desde la mirada de los demás, no desde la propia: “En mi caso particular esto solamente me afecta en WhatsApp siempre suelo estar pendiente del móvil para enterarme de lo que dicen mis amigos o para responder cuanto antes a alguien” (A2Va).

También observamos la construcción de la identidad y la autonomía de los y las jóvenes a través de la posesión y uso de un dispositivo: “El tener móvil hizo que pudiera salir sin mis padres, hasta entonces nunca me dejaron salir mucho significó mucho, pues necesitaba tener un poco de independencia y poder vivir un poco mi vida” (A15Va).

Existe un claro vínculo con el tema de las culturas prefigurativas, la alfabetización en la sociedad aumentada (Piscitelli, 2009):

Para mí es de gran importancia utilizar el FaceTime como medio por el que me comunico de manera verbal y visual con mi hermano, vive fuera y es una persona muy importante en mi vida, la relación que tengo con él es muy estrecha, además, nos gusta compartir conocimientos, experiencias, discusiones... (A5Pa)

Igualmente podemos constatar el carácter terapéutico y “sanador” de los medios digitales en un papel de reforzar los vínculos, como reguladores de los estados de ánimo, reforzando la tesis de Winocur (2015) de internet como antídoto contra la soledad:

Cuando hago trabajos con mis amigas, para desestresarnos nos hacemos fotos deformadas con el photobook. Es una terapia muy buena que aparte de hacernos pasar un buen rato hace que reforcemos nuestros vínculos y que aprendamos a reírnos de nosotras mismas. Además, siempre que las veo me suben el ánimo. (A5Pa)

En cambio, también existe la visión contraria con una retórica misticista de que son los medios digitales los que ponen en peligro el vínculo social, las relaciones familiares...

Crean que los vínculos afectivos han empeorado. Ahora si me pasa algo se lo cuento por “wasap”. Me voy con mi madre a tomarme una caña y estamos los dos mirando el móvil.

Creo que las tecnologías nos acercan [a] los que están lejos y te separan de los que están cerca. (OB1_29_09_2015)

Lo que también es cierto es la distancia que sentimos con nuestro alrededor simplemente por eso, por querer estar enterados de todo a cada instante sea con la familia, amigos, en clase...



Imagen 11: A9Va

Las tecnologías digitales no parecen haber mutado el vínculo social y las relaciones intergeneracionales tal y como las hemos entendido hasta ahora, donde la generación mayor enseña y transmite sus conocimientos a la más joven: *“Mi familia siempre ha jugado un papel muy importante en este ámbito. A mis hermanos y a mí siempre nos han enseñado a utilizarlas con moderación, y muchas veces mi padre también nos ha enseñado a utilizar algunos programas Office”* (A2Va).

Este vínculo social que se genera a través de la tecnología también sirve para combatir el aislamiento y buscar el reconocimiento social del entorno:

En mi opinión, este exceso de información supone en algunos casos mucha dependencia, ese feedback que todos queremos obtener del resto de usuarios, nos hace estar pegados a la pantalla todo el día, ya sea esperando la respuesta de alguien, si alguien te ha comenzado a seguir, cuántos me gusta han dado a mi nueva foto, etcétera. (A2Va)



Imagen 12: A1Va

En cuanto al aspecto cultural, he elegido una foto que representa un hecho festivo de la ciudad en la que vivo, ya que a través de esta foto, la cual a su vez es una captura de pantalla de un vídeo, puedo mostrar muchas cosas importantes de mi biografía. (A4Pa)

4. Cultura digital y poder

La industria cultural que genera contenidos en los medios digitales y el consumo cultural a través de estos medios por parte de los jóvenes de nuestro estudio tiene múltiples facetas y aspectos, a veces complementarios y a veces contradictorios, pero que se mueven en un continuo entre la sociedad del espectáculo y el goce y la sociedad del consumo desde una perspectiva más mercantil:

Creo que es importante la influencia de las redes sociales a la hora de promocionar los libros, películas, música, etcétera, ya que muchas veces nos ponen al día de lo que más reclama la gente o conocemos su temática y nos convence para consumirlos o, simplemente, son nuestros contactos los que nos animan a hacerlo. (A3Pa)



Imagen 13: A2Va

“El principal medio que utilizo es la tablet por la comodidad que me da, ya que es mucho más manejable y rápida, aunque si no dispongo de la misma, también utilizo el Pc estos últimos meses” (Cuestionario identidades mediáticas_A4Pa).

La cultura digital es consumida por los y las jóvenes de nuestro estudio de forma masiva y en diferentes aspectos, fundamentalmente la música y la información: “Google Play Music es una herramienta sin la que no podría vivir porque me encanta escuchar música y esta herramienta me facilita tener toda la música que quiero en mi teléfono móvil” (A13Va).

Principalmente, esta red social la utilizo como “periódico”, de manera que leo en ella diariamente muchas de las noticias que cuelgan tanto estas páginas como otros periódicos online, y de esta manera soy consciente de lo que pasa en el mundo. (A4Pa)



Imagen 14: A16Va

Pero también usan los formatos de video como una forma de entretenimiento:

YouTube es una de las mejores páginas de internet lo que más suelo ver es un canal en el que un chico al que le llaman auronplay comenta temas de actualidad, hace bromas telefónicas, etcétera... lo veo porque me gusta su manera de expresarse: siempre diciendo lo que piensa, a pesar de poder recibir críticas por ello, y también porque siempre tienes risas aseguradas. (A13Va)



Imagen 15: A11Va

El cine ha pasado a ser un consumo cultural fundamentalmente *online*. Muchos de nuestros jóvenes reconocen que hace tiempo que no van a una sala de cine. A pesar de la gran oferta posible de diferentes culturas cinematográficas, la gran mayoría suele ver cine *made in Hollywood* en sus diferentes formatos. Las películas más citadas pasan por Piratas del Caribe, Troya, Maléfica, Avatar, El Rey León. Y, sobre todo, el formato visual de vídeo está muy vinculado a la creatividad: “Ahora las fotos no solo puedes verlas antes de imprimirlas, sino que las puedes modificar como tú quieras, desde cambiarlas en blanco y negro hasta poner gorros, marcos, bocadillos, prácticamente todo lo que puedas imaginar” (A6Pa).

A pesar de lo dicho hasta aquí, la televisión se sigue manteniendo como industria y consumo cultural en diferentes formatos y plataformas, sigue ocupando gran parte del tiempo de ocio de los jóvenes.

“Películas, documentales, programas de humor, series. Todos ellos desde tv y ordenador portátil enchufado a la pantalla de tv. Hablo de ellos en todos los lugares donde se me presente la oportunidad, incluidos los anteriores” (Cuestionario Identidades Mediáticas_A5Pa).

Los nuevos usos culturales a través de la tecnología han permitido acceso a productos culturales que no estaban a su alcance en formato tradicional:



Imagen 16: A12Va



Imagen 17: A2Va

La *gamificación* es otro elemento importante de este consumo, tanto en las redes sociales como en los medios digitales: “Otra temporada jugábamos al Candy Crash juntas, nos gustaba pensar y hacer nuestras estrategias de juego juntas o en vez de jugar como hacíamos antes al Trivial o así, pues ahora cogemos un juego de preguntas como Triviados” (A6Pa).

El desarrollo tecnológico también ha cambiado el sentido y uso de algunas tecnologías anteriores. El caso de la cámara digital es muy claro:

Cuando era pequeña me gustaba hacer fotos de todo lo que veía, pero mi madre no me dejaba gastar el carrete en tonterías, y cuando llegó la cámara digital vi mi oportunidad de hacer fotos a todo lo que quería pudiendo borrar aquellas cosas que no me gustaban o habían quedado mal. (A13Va)



Imagen 18: A13Va



Imagen 19: A8Va

Reconocen que este consumo cultural en nuevos formatos les está suponiendo cambios en sus habilidades para manejarlo:

Se cambian tanto el formato, soporte electrónico, como la forma en que leemos y escribimos. [...] por lo que es necesario cambiar y adquirir nuevas habilidades y competencias que antes no eran necesarias y ahora, con los medios de comunicación nuevos, son parte de un aprendizaje continuo. (A7Pa)



Imagen 20: A16Va

El consumo cultural de los y las jóvenes con tecnologías está insertado en su propia vida y se ha ido construyendo alrededor de sus tiempos de ocio, fundamentalmente relacionadas con el goce, la diversión y el juego: *“De las tecnologías que he cogido las más significantes para mí fue la PlayStation 2, ya que es de las que más recuerdos tengo de haber utilizado” (A1Va).*

Existe un entramado de diferentes conceptos de qué es la cultura en la red por parte de los y las jóvenes, que va desde un uso humanista a uno de tipo más bien mercantilista, pasando por una idea de la cultura de tipo más bien antropológica, vinculada a la idea de intercambio y construcción de mensajes compartidos, la participación social, etcétera.

Los festivales de este tipo son lugares de encuentro donde puedes volver a reencontrarte con personas que únicamente ves de verano en verano en este tipo de eventos. Son momentos

para divertirme, relajarte, disfrutar y olvidarte del resto para vivir el momento sin pensar en nada más. (A1Pa)

5. Ciudadanía líquida en el entorno digital

En la construcción de la ciudadanía líquida en los entornos digitales, el primer escalón y menos comprometido consiste en seguir en algunas redes sociales a determinadas asociaciones u organizaciones sociales sin mayor compromiso que el saber qué hacen y seguir sus actividades:

Sigo a las páginas y asociaciones que me interesan para saber cada cosa que pasa, sobre todo ahora que estoy fuera de mi ciudad, que es donde suelo moverme en aspectos como el feminismo, grupos de estudiantes y en el equipo de fútbol de mi ciudad. (A9Va)



Imagen 21: A5Va



Imagen 22: A4Pa

“En Facebook también sigo diferentes páginas de diferentes temáticas, como feministas, animalistas, de humor, de ocio, etc. por lo que cuando veo algo que me interesa que han subido estas páginas comparto esa información” (Cuestionario de Identidades Mediáticas_A2Pa).

Sigo páginas y asociaciones relacionadas fundamentalmente con el ámbito de la discapacidad como son ASPAYM (encargada de personas con discapacidad física y lesión medular) y ASPAS (Asociación de Padres y Amigos del Sordo), gracias a ellas estoy más metida de lleno en este ámbito que me encanta. (A7Va)



Imagen 23: A12Va



Imagen 24: A7Va

Un segundo nivel de esta ciudadanía líquida consiste en seguir y conseguir información alternativa a los medios de comunicación tradicionales: *“Facebook también me sirve para estar al día de numerosas noticias o polémicas sociales en las que el resto de usuarios da su opinión, o para seguir a grupos” (A2Va).*



Imagen 25: A2Va



Imagen 26: A8Pa

“En Twitter sigo a amigos, amigas, profesionales de la educación social y otras ramas de la educación, la psicología y la pedagogía, el periodismo, personajes famosos de diferentes contextos, ya sea deporte, política, ocio, música, actores, actrices...” (Cuestionario de Identidades Mediáticas_A4Pa).

El tercer nivel tiene que ver con la participación activa o bien en diferentes asociaciones y organizaciones, y las posibilidades que dan los medios digitales de mantener el contacto y la intervención en estas organizaciones o para expresar opiniones propias en el espacio público: *“[En Facebook] participo en páginas en la que se luchan contra el maltrato a la mujer, y en una página en la que algunos escritores publicitan sus libros y hablan de ellos”* (A13Va).



Imagen 27: A13Va

Las tecnologías digitales también han contribuido a tener una visión más amplia y global del mundo que nos rodea. Incluso achacan a las TIC las desigualdades en el mundo:

Para conseguir la producción de estas nuevas tecnologías las compañías telefónicas pagan a mercenarios que obligan a trabajar por nada de dinero y durante catorce horas diarias, a niños, hombres y mujeres, que son explotados, y en muchos casos asesinados, si no hacen su “trabajo”. (A11Va)



Imagen 28: A11Va

Conclusiones

Los procesos de identificación que realizan los jóvenes universitarios hiperconectados se realizan sobre una falsa dicotomía entre lo que denominaremos como identidades reales versus identidades fingidas. En el trabajo empírico realizado parece revelador cómo se hace equivaler lo que soy con lo que me ocurre fuera de la ventana de los dispositivos tecno-mediáticos (sobre todo, cuando hablamos del caso de las redes sociales), mientras que dentro de la pantalla parece que asumen que viven algo así como una experiencia virtual, reproduciendo un ideal mistificador que contrapone lo real con lo virtual (Levy, 1995) y que en última instancia impide ver las redes hipermediadas en su carácter performativo, en tanto oportunidades de construcción de proyectos (personales, sociales, políticos, etcétera).

Incorporarse a las redes y tecnologías digitales hiperconectadas implica para el colectivo de jóvenes universitarios estudiados cuidar también su imagen *online* de forma autocontrolada y contenida, exponiendo qué enseñar y qué no enseñar, pues entienden y perciben que de esto depende, en buena medida, su propia “presentación del Yo”. Sin embargo, esta preocupación por la autoimagen se hace equivaler con la idea de “conservar la máscara” (Gimbert, 2011), haciendo entonces de las tecnologías digitales instrumentos que sirven a tal fin, en contra de lo que a veces se suele denunciar por los medios de comunicación o forma parte del discurso mayoritario de la opinión pública. Frente a la identidad nómada (Braidotti, 2000; Preciado, 2002) que permite la experimentación y travestismo de la autoimagen se impone aquí una identidad fija, sedentaria, en la que el juego proyectivo es más bien controlado.

La ausencia de imágenes que nos remitan a lo afectivo en las tecnobiografías presentadas por el alumnado puede ser explicada debido a la presencia de varios factores, quizás interrelacionados. En primer lugar, de nuevo aparece superficialmente una especie de “gestión óptima” de la privacidad del Yo y su intimidad privada, dejando las redes sociales para asuntos en los que los jóvenes se relacionan con lo público. Sin embargo, se nos antoja demasiado simplista este análisis. En este sentido, pensamos también que el entramado cultural tecnodigital establece lo que denominaremos como un proceso de destitución subjetiva (Zizek, 1999) y de extimidad (Sibilia, 2008), por el cual las personas que colocan mensajes, comparten fotos y vídeos (ya sean estos considerados más íntimos o no) trasladan al “afuera” del ecosistema digital, en lo externo de la Red, una especie de intimidad aumentada donde los individuos se consagran en formas de experimentación narcisista que bajo formas aparentemente de exhibición posmoderna del goce pretenden enmascarar o invisibilizar las huellas de una, sin duda, presencia íntima o afectada.

Sin embargo, esta construcción de la extimidad en tanto intimidad aumentada parece ser también el reflejo de una maquinaria capitalista cuasi-totalitaria que obliga a las y los jóvenes de nuestro estudio a estar siempre conectados, so pena de caer en la invisibilización y exclusión social. Así lo vemos en el papel que juegan los dispositivos tecno-relacionales como *WhatsApp*, convirtiendo el acto comunicativo inter pares en una especie de obligación por parte del usuario de estar conectado de forma permanente, cuando no en el único medio y espacio en el que desarrollar los vínculos de amistad. Quizás esto debemos confrontarlo con tendencias sociológicamente emergentes, aunque aún minoritarias, que apuestan por la idea de individuos que “desaparecen de sí mismos” (Le Beton, 2016) precisamente como condición de supervivencia personal frente a esta especie de constante y supervisada hipervisibilización.

En la línea de una gestión óptima de la privacidad en la presentación y exhibición de su Yo digital, los jóvenes universitarios parecen también asumir que las diferencias entre la privacidad de tipo analógica y los asuntos relacionados con la intimidad aumentada,

nos remiten también a la propia evolución de las especies mediáticas (McLuhan, 1996), pues las posibilidades de jugar con una u otra “intimidad” tienen que ver también con las diferencias materiales entre las tecnologías analógicas, el espacio mediático hipermediado (1.0, 2.0) y los dispositivos/redes sociales tecnodigitales.

En realidad, y a la luz de la investigación generada con las tecnobiografías, vemos cómo en ellas queda reflejado el dilema del régimen escópico de visibilidad/invisibilidad de la *e-imagen* (Brea, 2010; Jay, 2007) en la que, por un lado, podemos reconocer en las producciones digitales de las y los estudiantes el valor que tiene la imagen para la economía de circulación de bienes simbólicos en el capitalismo digital (visibilidad); mientras que en su dimensión de archivo, estas imágenes parecen recuperar y retornar a regímenes escópicos anteriores en los que la imagen-materia en tanto “docu-monumento” unas veces parece que se integra y otras se excluye de dicho proceso (invisibilidad).

Por último, también consideramos que toda esa serie de discursos que son repetidos acerca de los peligros de las adicciones, la pérdida de intimidad, la recuperación de la comunicación “cara a cara” o los problemas asociados con el hiperconsumo, todos ellos mantienen a nuestro juicio un sustrato común: la reproducción de un cierto ideal “comunitarista” (Marinis, 1999) característico históricamente de la crisis del orden social postliberal (Castel, 1998). En todos estos discursos generados por los jóvenes universitarios detectamos una cierta estructura ideológica fundamental que les sirve de justificación, y es lo que en términos psicoanalíticos denominaríamos como la “búsqueda de un Amo” (Alemán, 2016) algo que les garantiza la estabilidad, la verdad y las expectativas sociales y personales truncadas por un capitalismo global incapaz de generar procesos orgánicos y de integración social, pero que, además, ha denegado toda responsabilidad de hacerlo.

Referencias bibliográficas

- » Alemán, J. (2016). *Horizontes neoliberales de la subjetividad*. Buenos Aires, Gramma.
- » Ardévol, E., Estalella, A. y Domínguez, D. (2008). *La mediación tecnológica en la práctica etnográfica*. Donostia, Anjulegi Atropolfia Elkarte.
- » Ballesteros, C. y Megías, I. (2015). *Jóvenes en red: un selfie*. Madrid, Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, FAD.
- » Banaji, S. y Buckingham, D. (2010). Young People, the Internet, and Civic Participation: An Overview of Key Findings from the Civic Web Project. En *International Journal of Learning and Media*, vol. 2, núm. 1, pp. 15-24.
- » Boyd, D. (2012). Networked Privacy. En *Surveillance & Society*, vol. 10, núm. 3/4, pp. 348-350.
- » Braidotti, R. (2000). *Sujetos Nómadas. Corporización y Diferencia Sexual en la Teoría Feminista Contemporánea*. Buenos Aires, Paidós.
- » Brea, J. L. (2010). *Las tres eras de la imagen*. Madrid, Akal.
- » Castel, R. (1998). Del postliberalismo al neoliberalismo. En AA. VV. (comp.), *Neoliberalismo versus democracia*, pp. 404-416. Madrid, Endymion - La Piqueta.
- » Connolly, I. (2016). Self and identity in cyberspace. En I. Connolly, M. Palmer, H. Barton, G. Kirwan (eds.), *An introduction to cyberpsychology*, pp. 45-57. London, Routledge.
- » Covi Druetta, D. (2013). Matrices digitales en la identidad juvenil. En Sierra Caballero, F. (ed.), *Ciudadanía, tecnología y cultura: nodos conceptuales para pensar la nueva mediación digital*, pp. 211-232. Barcelona, Gedisa.
- » Chase, S. E. (2015). Investigación narrativa. En Denzin, N. K. y Lincoln, Y. (coords.), *Métodos de recolección y análisis de datos. Manual de Investigación Cualitativa*, vol. 4, pp. 58-112. Barcelona, Gedisa.
- » DatAnalysis15M (2013). *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema-red15M como nuevo paradigma de la política distribuida*. Barcelona, IN3/UOC. Working Papers Series.
- » Davis, J. L. (2016). Identity theory in a digital age. En *New directions in identity theory and research*. New York, Oxford.
- » Denzin, N. K. y Lincoln, Y. (coords.). (2015). *Métodos de recolección y análisis de datos. Manual de Investigación Cualitativa*, vol. 4. Barcelona, Gedisa.
- » Fisher, M., Boland, R., y Lyytinen, K. (2016). Social networking as the production and consumption of a self. *Information and Organization*, vol. 26, núm. 4, pp. 131-145.
- » Foucault, M. (1990). *Tecnologías del yo y otros textos afines*. Barcelona, Paidós.
- » Gibbs, G. (2012). *El análisis de datos cualitativos en Investigación cualitativa*. Madrid, Morata.
- » Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona, UOC.
- » Hjorth, L. y Pink, S. (2014). New visualities and the digital wayfarer: Reconceptualizing camera phone photography and locative media. En *Mobile Media & Communication*, vol. 2, núm. 1, pp. 40-57.

- » Holmes, B. (2014). La personalidad potencial: Transubjetividad en la sociedad de control. En línea: <<http://tinyurl.com/5tyg333>> (consulta: 25-02-2011).
- » Imbert, G. (2011). La tribu informática. Identidades y máscaras en Internet. En *Revista de Estudios de Juventud*, núm. 92, pp. 123-131.
- » Jarvis, J. (2011). *Public Parts: How Sharing in the Digital Age Improves the Way We Work and Live*. New York, Simon & Schuster.
- » Jay, M. (2007). *Ojos abatidos. La denigración de la visión en el pensamiento francés del siglo XX*. Madrid, Akal.
- » Jay, M., y Ramaswamy, S. (eds.). (2014). *Empires of vision: A reader*. Durham, Duke University.
- » Jenkins, H., Ito, M. y Boyd, D. (2015). *Participatory culture in a networked era: A conversation on youth, learning, commerce, and politics*.
- » Kahne, J., Middaugh, E., y Allen, D. (2014). Youth, new media, and the rise of participatory politics. En D. Allen, J. S. Light (eds.). *From Voice to Influence: Understanding Citizenship in a Digital Age* (pág. 35-58). Chicago, Illinois, University of Chicago Press.
- » Lasén, A. (2014). Autofotos. Subjetividades y Medios Sociales, En García-Canclini, N. y Cruces, F. (eds.), *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales. Prácticas emergentes en las artes, el campo editorial y la música*, pp. 243-262. Madrid, Ariel.
- » Le Beton, D. (2016). *Desaparecer de sí*. Madrid, Siruela.
- » Levy, P. (1995). *Qu'est-ce que le virtual?*. París, La Découverte.
- » Linke, C. (2014). TIC, movilidad y el cambio en la comunicación diaria dentro de las relaciones de pareja. En Lasén, A. y Casado, E. (eds.), *Mediaciones tecnológicas. Cuerpos, afectos y subjetividades*, pp. 37-54. Madrid, CIS-Universidad Complutense de Madrid.
- » Madden, M. (2012). *Privacy management on social media sites*. Pew Research Center's Internet & American Life Project. En línea: < [http://pewInternet.org/Reports/2012/Privacy management on social media/Summary offindings. Aspx](http://pewInternet.org/Reports/2012/Privacy%20management%20on%20social%20media/Summary%20findings.aspx)> (consulta: 05-02-2012).
- » Marinis, P. (1999). La espacialidad del ojo miope (del poder). Dos ejercicios de cartografía postsocial. En *Archipiélago*, núm. 34/35, pp. 32-39.
- » McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona, Paidós.
- » Nakamura, L. (2013). *Cybertypes: Race, ethnicity, and identity on the Internet*. New York, Routledge.
- » Palfrey, J. G., y Gasser, U. (2013). *Born digital: Understanding the first generation of digital natives*. Basic Books.
- » Parry, K. (2015). Visibility and visualities: 'ways of seeing' politics in the digital media environment. En *Handbook of Digital Politics*, pp. 417.
- » Preciado, B. (2002). *Manifiesto contra-sexual: prácticas subversivas de identidad sexual*. Madrid, Opera Prima.
- » Piscitelli, A. (2009). *Nativos digitales: dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación*. Buenos Aires, Santillana.
- » Reig, D. (2012). *Socionomía. ¿Vas a perderte la revolución social?* Barcelona, Deusto.

- » Rivas Flores, J. I. (2014). Narración frente al neoliberalismo en la formación docente. Visibilizar para transformar. En *Magis*, vol. 7, núm. 14, pp. 99-112.
- » Sibilia, P. (2008). *El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*. Argentina, Fondo de Cultura Económica.
- » Sibilia, P. (2012). *La intimidad como espectáculo*. Argentina, Fondo de Cultura Económica.
- » Simons, H. (2009). *El estudio de caso: teoría y práctica*. Madrid, Morata.
- » Tello, L. (2013). Intimidad y “extimidad” en las redes sociales. Las demarcaciones éticas de Facebook. En *Comunicar*, vol. 21, núm. 41, pp. 205-213.
- » Winocur, R. (2009). *Robinson Crusoe ya tiene celular. La conexión como espacio de control de la incertidumbre*. Ciudad de México, Siglo Veintiuno - UAM.
- » Winocur, R. (2015). La exhibición de la intimidad como estrategia de inclusión social entre los jóvenes y adolescentes. En *Entretextos*, vol. 7, núm. 19, pp. 1-7.
- » Wood, M. A., Bukowski, W. M., y Lis, E. (2016). The digital self: How social media serves as a setting that shapes youth’s emotional experiences. En *Adolescent Research Review*, vol. 1, núm. 2, pp. 163-173.
- » Zafra, R. (2010). *Un cuarto propio conectado. (Ciber) espacio y (auto) configuración del yo*. Madrid, Fórcola.
- » Žizek, S. (1999). *El espinoso sujeto. El centro ausente de la ontología política*. Buenos Aires, Paidós.

Eduardo Fernández Rodríguez

Doctor en Pedagogía, Universidad de Oviedo. Profesor Contratado, Departamento de Pedagogía, Facultad de Educación de Palencia, Universidad de Valladolid, España. Correo electrónico: edufern@pdg.uva.es

Rocío Anguita Martínez

Doctora en Ciencias de la Educación, Universidad de Granada. Profesora Titular de Universidad, Departamento de Pedagogía, Facultad de Educación y Trabajo Social, Universidad de Valladolid, España. Correo electrónico: rocioan@pdg.uva.es