

Hábitos de consumo y modos de percepción en redes sociales de estudiantes de la Universidad Nacional de La Matanza (UNLaM)

Consumption habits and modes of perception in social networks of students of the National University of La Matanza (UNLaM)

Lic. Hernán Ursi
Universidad Nacional de La Matanza
Buenos Aires, Argentina
hernanursi@yahoo.com.ar

Fecha de envío: 27/ 08 /2020

Fecha de aceptación: 22 /10/ 2020

Resumen

El presente trabajo propone comprender el complejo mecanismo cognitivo que subyace toda vez que el individuo explora, rastrea y finalmente accede a contenidos mediáticos, a través de teléfonos móviles con acceso a internet. La apuesta radica en analizar hábitos, modos y percepciones no sólo de búsqueda y análisis de información política, económica y/o sociocultural en el ágora virtual de los estudiantes de la Universidad Nacional de La Matanza durante el período 2019-2020 (será nuestra unidad de análisis), sino que también ahondar en cuestiones referidas a la construcción de las identidades y auto percepción de los alumnos de dicha universidad, ello estudiado en el marco del paradigma de pensamiento interpretativista y en forma interdisciplinaria, interactuando con teorías del área de la comunicación, la cultura, la sociología en su vertiente comprensivista y la psicología psicoanalítica. Si bien en los albores del nuevo milenio el acceso a la información se ha modificado vertiginosamente conforme avanzaron las tecnologías de la información y la conectividad, existen elementos que permiten vislumbrar que los sujetos actúan conforme a ritualidades que serán inicialmente definidas aquí como antro-po-culturales. Ello remite a considerar que los sistemas de vida en sociedad influyen en la práctica de acceso, percepción e intercambio de información entre los sujetos.

Palabras clave: percepción – hábitos de consumo – tecnología – información – actualidad – Identidad.

Abstract

The present work proposes to understand the complex cognitive mechanism that underlies every time the individual explores, tracks and finally accesses media content through mobile phones with internet access. The bet lies in analyzing habits, modes and perceptions not only of search and analysis of political, economic and / or sociocultural information in the virtual agora of the students of the National University of La Matanza during the period 2019-2020 (it will be our unit of analysis), but also delve into issues related to the construction of identities and self-perception of the students of said university, studied within the framework of the interpretive thinking paradigm and in an interdisciplinary way, interacting with theories in the area of communication, culture, sociology in its comprehensive side and psychoanalytic psychology. Although at the dawn of the new millennium, access to information has changed dramatically as information technologies and connectivity have advanced, there are elements that allow us to glimpse that subjects act according to ritualities that will be initially defined here as anthro-po-cultural. This refers to considering that life systems in society influence the practice of access, perception and exchange of information among subjects.

Keywords: perception - consumption habits - technology - information – present. Identity.

Introducción

Pensar el hábito de consumo de contenidos digitales supone reflexionar acerca del encuentro sistemático del individuo con su dispositivo electrónico. En este sentido cabe afirmar que el estudiante universitario, adulto joven que se objetiva aquí como unidad de análisis, apropia el objeto tecnológico y con el mismo, ritualiza acciones en torno del consumo del orden de lo informacional. Aunque pensar estrictamente en el plano informacional acota el universo de análisis, harto más complejo puesto que por vía del equipo portátil el joven se vincula con un otro, suscribe a determinados posicionamientos

ideológicos por medio de los cuales construye su identidad, manifiesta su adhesión a determinados perfiles al tiempo que rechaza otros, colabora con causas sociales, debate e intercambia pareceres, es decir, lleva adelante actuaciones del orden de lo simbólico que le otorgan sentido a su existencia. No hay dudas de que el teléfono celular con acceso a internet se transmuta en una herramienta que extiende las facultades del individuo hasta niveles no imaginados siquiera en el siglo anterior, tan solo veinte años atrás. De manera que adscribimos aquí a la postura que explicita que el dispositivo tecnológico es una herramienta que le otorga continuidad al accionar humano que, en esencia, se centra en la interacción. Así, el consumo de contenidos digitales en la actualidad no acaba en el acceso a las noticias con el fin de informarse *per se*, sino que el acceso es en sí mismo un fin; es una forma de enlazarse con el ágora virtual y desde allí, desde un código de usuario y a través de diversas plataformas digitales, consumir e interactuar con un otro, en definitiva, un hecho social. Ello implica considerar que el alumno de nivel superior, en los albores del siglo XXI, automatiza una práctica que le confiere no sólo anclaje en la realidad, puesto que la interconexión a internet supone acceso al mundo informacional, sino que también le permite satisfacer su pulsión orientada al goce, momento en que se distiende y consume el tiempo de ocio destinado a ligar y afianzar relaciones con sus grupos virtuales de pertenencia. De manera que el equipo portátil digital se transforma, como retomaremos más adelante con mayor precisión, en un objeto transicional que calma ansiedades latentes. De manera segmentada, en función de los intereses y deseos particulares, pero con un denominador común: la satisfacción de la necesidad pulsional de comunicación.

Innumerable cantidad de investigaciones se han centrado, durante las primeras décadas del siglo XXI, en el análisis de la percepción de los sujetos respecto de los contenidos mediáticos en sus múltiples soportes (gráficos, sonoros, audiovisuales, multimediales). A menudo centrados en registrar estadísticamente (para comparar) cantidades de consumo informativo de orden político, cultural, económico, deportivo, social, artístico, etc., de individuos con rasgos comunes y/o pertenecientes a una determinada comunidad. La menor de las veces orientadas en interpretar los hábitos y/o rituales de acceso a la información y el uso correspondiente de la misma desde perspectivas inductivistas que busquen evidenciar cuestiones ligadas a comportamientos y actitudes de los consumidores. Así, entre los

estudios de este último perfil indicado encontramos el referido a *Redes sociales y relaciones interpersonales en internet* el cual retoma aspectos inherentes a las nuevas interacciones o relaciones sociales, las cuales “generan preocupación e incertidumbre acerca de las consecuencias e impacto que pueden tener en las subjetividades y en la socialización de niños y jóvenes fundamentalmente” (Cornejo y Tapia, 2011, p. 221). Según las autoras, el problema reside en la publicidad de la vida privada. Todo lo que se publica en redes sociales se conoce y abre un mundo en donde nada queda sujeto a un espacio de interpretación meramente personal. “Esto implica riesgos, dado que Internet es un medio sincrónico (los datos personales persisten durante mucho tiempo) y un medio acrónico (muchas personas pueden acceder a esa información tiempo después) pudiéndose utilizar esa información para diversos fines”, (Idem, 2011, p.222). Para las autoras “pretender restar importancia a los cambios en las relaciones humanas que la nueva cultura virtual presenta, es negar la posibilidad de crecer profesionalmente en una disciplina como la Psicología que sin lugar a dudas requiere de estos conocimientos para reconocer y utilizar aquellas herramientas que permitan acercarse al otro desde el lugar que transcurre su experiencia” (Idem, 2011, p. 227).

Otro estudio de corte cualitativo, desarrollado por Eva Ruiz y José Río en la Universidad de Alicante, España, intitulado: *Jóvenes conectados. Las experiencias de los jóvenes con las nuevas tecnologías* (2008), analizó cómo cambiaron los modos de interacción social de los jóvenes estudiantes de dicha universidad en el siglo XXI, a partir del uso de las nuevas tecnologías. Más específicamente se centró en los cambios en la forma de estudiar, de cubrir el tiempo de ocio y/o de relacionarse con familiares y amigos. También enfatizó en cómo los actores sociales en cuestión explican e interpretan tales cambios. Por medio de la técnica de entrevista en grupo, no solo a los jóvenes que se ven atravesados por estos cambios sino también a sus padres y profesores. La hipótesis sindicó los cambios, no específicamente de internet, sino que puntualmente proveniente de la telefonía móvil en sí, tecnología que más rápidamente han adoptado los jóvenes, instrumento tecnológico que representó la constante posibilidad de estar conectados. Y aseveraron que se ha convertido,

en muy poco tiempo, en un apéndice del propio cuerpo, tesis que fue expuesta en los años '60 (en otro contexto tecnológico) por el autor canadiense Marchal McLuhan. Los investigadores afirmaron como ventaja sustantiva que, para manejarlo, los jóvenes no tuvieron que estudiar puesto que aprendieron utilizándolo, y además se trató de una tecnología que les permitió satisfacer gran parte de sus necesidades sin hacer el esfuerzo de salir de casa. Dado que esta investigación cuenta con una década de antigüedad a la actualidad (2020), se puede percibir el uso intensivo de dispositivos móviles para satisfacción de necesidades. En resumen, esta investigación afirmó que la mayoría de la muestra consultada no concibe la posibilidad de vivir sin tecnología; y en una suerte de contradicción, en las entrevistas no destacan los cambios que las nuevas tecnologías han introducido en su vida cotidiana porque, simplemente, no recuerdan de cómo era esa vida antes del uso de internet o del teléfono móvil.

En este punto es dable retomar la línea argumental del sociólogo español Luis Enrique Alonso quien precisa que “hay que considerar al consumo como uso social, esto es, como forma concreta, desigual y conflictiva de apropiación material y utilización del sentido de los objetos y los signos que se producen en un campo social por parte de grupos sociales con capitales (económicos, simbólicos, sociales, culturales) distintos y desde posiciones sociales determinadas por el proceso de trabajo” (Alonso, L. 2007, p.15). De forma que adscribimos aquí a la idea de que cada sujeto apropia contenidos, los discute, los asimila o rechaza y en todos los casos pone en juego su capacidad simbólica por medio de la cual comprende el mundo y sus circunstancias. Porque es desde el lenguaje que cada ser resignifica la realidad social ya que la aprehensión de un idioma es condición necesaria para que el sujeto de constituya como un ser simbólico, ergo, pueda entender en forma compleja la realidad social. Ha sido en particular la teoría del *framing* (encuadres) en el campo de los estudios sobre la comunicación y la cultura, la que ha detallado este aspecto dado que cada miembro de la audiencia hace un encuadre (*frame*, en inglés) interpretativo respecto de aquellos contenidos que consume. Por tanto, posicionándonos estrictamente en la recepción de medios masivos (en el presente estudio, periódicos y/o portales digitales),

sucede que cada individuo de-construye la realidad, encuadrada por vía de un enfoque ideológico por parte del periodista del medio de comunicación, de acuerdo a criterios subjetivos conformados durante su proceso de socialización primaria (familia nuclear) como secundaria (escuela -luego universidad-, club, iglesia, ámbito laboral) y demás instituciones en las cuales una persona pudiera, por caso, discurrir parte de su tiempo social.

El proceso de percepción en el ágora virtual

Si la percepción de la esfera social es un proceso psíquico que deja huellas mnémicas producto de la internalización de imágenes (y textos, experiencias, metalenguajes, etc.) provenientes del exterior, captadas por los sentidos, que estructuran la subjetividad del individuo (de manera que el sujeto se conforma en base a lo que es el Otro), el plano simbólico juega un papel fundamental al organizar, a partir de que cada persona asimila el lenguaje, la estructura del pensamiento. Ahora bien, si la realidad a percibir es, en rigor, un montaje entre lo simbólico y lo imaginario (Lacan, 1967) entonces la interpretación de los hechos dependerá exclusivamente de aquello que cada ser humano procese de sus primeras impresiones respecto de todo lo que lo rodea, puesto que su entendimiento se encuentra limitado por las competencias que hubo adquirido durante el devenir de su existencia. Por medio de los símbolos, que median entre la realidad y el plano imaginario, el sujeto perfecciona su mirada sobre los hechos, los cuales razona (en ocasiones, estandariza), aunque siempre y en todos los casos depende también de su imaginario, que coadyuva a concluir las apreciaciones sobre los fenómenos, debido a que su estadio inconsciente (gobernado por pulsiones cuyo origen remite a la sexualidad en todas sus formas) pugna por ser satisfecho. Más aún, es el lenguaje un sistema originado en el imaginario del sujeto como ser social puesto que la capacidad de imaginar palabras para nombrar objetos, en un todo arbitrarias, coligen, a la postre, un bien común: el idioma convencional, por medio del cual los objetos nombrados perduran en la mente una vez disipados sus significantes.

Ahora bien, la atención se centrará entonces en analizar los símbolos que el estudiante percibe, a través del dispositivo portátil electrónico con acceso a internet, sobre los hechos y, sobre todo, cómo se intercala el imaginario de cada individuo para reconstruir la realidad la cual, siempre y en todos los casos, estará primeramente modelada por el discurso orientado por los enunciadores de contenidos informativos y, en última instancia, por el giro de entendimiento que le agregue cada sujeto a la misma. Así, el hábito del consumo de información es ritual. Al acceder a contenidos, principalmente en el caso de las redes sociales, el sujeto activa su mirada escópica, es decir, su interés por el otro, se evalúa en función de aquello que el otro comunica, construye su auto-percepción como sujeto, se somete a la comparación (en ocasiones, inconsciente) y de esta manera fija aquello que no es, mientras se reafirma en su comportamiento. Durante el proceso de acceso a la información en redes sociales el sujeto es un ser sin significante que discurre en la otredad. Un individuo codificado algorítmicamente en el seno de la hiper mediatización, quien requiere de los otros para solventar sus propios deseos. Un sujeto barrado (Lacan, 1960) quien a partir del consumo de símbolos estipula su propia realidad, la que responde a su deseo primigenio, siempre y en todos los casos mediando (y lidiando) con su imaginario social. En la misma línea, Zygmunt Bauman (2007) señaló que en la actualidad se da un desequilibrio entre los principios de realidad y deseo, otorgando preponderancia a lo segundo porque ofrece beneficios que la realidad no puede dar. Así, el placer del individuo está por encima de los hechos sociales, mientras el contenido pasa a segundo plano y el acto de comunicar se impone sobre la naturaleza de lo comunicado, mientras que la proliferación de signos atenúa la distinción entre la realidad y lo imaginario (Featherstone, 2000).

La percepción especular sucinta a las redes sociales

Sabemos que la percepción es un fenómeno que reviste un nivel de complejidad superlativo. En cuanto a una definición básica, elemental, podemos indicar que refiere al mecanismo por el cual el cerebro asimila las impresiones que el ser capta del exterior, a

través de sus sentidos. Y si bien existen diversas escuelas de pensamiento que han ofrecido teorías respecto del entramado cognitivo que opera en dicho proceso, aquí retomamos lo expuesto en el psicoanálisis. Como premisa básica, entendemos que aquello que opera en el estadio inconsciente, básicamente ideas reprimidas que pugnan por aflorar a la conciencia, es la clave de la comprensión del comportamiento, la acción, la actitud y la percepción de los sujetos. Ahora bien, sucede que la percepción está mediada por los símbolos que operan como vehículos de transmisión de todo aquello que se registra en la mente. Y para apropiarse los símbolos, por caso, el lenguaje, el humano atraviesa una etapa conflictiva que deja huellas indelebles en la psiquis. Así pues, cuando el individuo asimila el lenguaje alfabético rompe el vínculo con la madre, se constituye psíquicamente como un ser independiente, aunque subsumido, sujeto, a una falta perdurable en el tiempo producto de la pérdida originaria. Subordina la realidad al relato simbólico, construido sobre la base de un discurso atravesado por la interpretación de quienes comunican mediáticamente (a menudo fantástica) de los hechos. Según Lacan “el sujeto es el sujeto del deseo, que es la esencia del hombre. Este sujeto, una vez entrado en el lenguaje, quedará dividido y marcado por la ineliminable carencia de un objeto perdido, un vacío que, muy a menudo intenta de llenar y tapar de modo patético o patológico” (Lacan, J. en Hoezen Polack, B. 2011, p. 1).

La falta de conocimiento y contacto real, mediato, sobre los fenómenos retomados en la agenda pública la sustituye con significantes que le permiten reconstruir los sucesos sobre la base de una estructura lógica, a saber, el idioma, articulado, como ya se dijo, en la arbitrariedad del lenguaje, primero, y en su imaginario, inmediatamente después.

Puesto que por vía de los significantes de los signos lingüísticos se reconstruyen los acontecimientos, distantes, lejanos en un todo de la órbita inmediata del individuo y, como se acaba de indicar, afirmados en la lógica de arbitrariedad del lenguaje, lo que sucede es que los fenómenos son percibidos por los sujetos desde un plano doblemente superpuesto: primero porque los medios masivos de comunicación conforman un relato singular respecto de lo acaecido, desde el recorte ideológico que a priori existe en cada grupo informacional; 2- porque para reelaborar los sucesos de la realidad en función de construir una apreciación

sobre los mismos, el sujeto se recuesta en el lenguaje (arbitrario), al tiempo que se interpone su imaginario, ineludible si se pretende analizar el modo de percepción del ser. Por tanto, y debido a que el plano imaginario define los modos de percepción, se deduce que, la interpretación sobre los relatos mediatizados, dependen de la constitución psíquica de cada sujeto.

El ser discurre en la otredad. Es, como lo plantea el filósofo existencialista alemán, arrojado al mundo (Heidegger, M. 1993), puesto en un contexto histórico y relacional; *ergo*, en su necesidad imperativa de constituir su subjetividad, el individuo se amarra a la relación con el Otro y en tanto tal, se nutre de cuanto ha podido incorporar y simbolizar en el devenir de su proceso mimético. Porque todo sujeto, en su intento de ser para sí, emula a otro, desea aquello que desea su referente. “En el camino imaginario, el sujeto recurre a un objeto sustitutivo como elemento mediador para ajustar su deseo a lo que creyó perdido. Entona y cultiva su elegía de una cosa, todavía sin verbalización” (Lacan, J. en Hoezen Polack, B. 2011, p. 2). Cuando el estudiante se conecta a internet con su dispositivo electrónico portátil y comienza su navegación virtual en diversas redes sociales (Twitter, Instagram, Facebook, etc.) explora acerca de los deseos del otro. Entonces se advierte reflejado en determinados contenidos que arroja la pantalla (no se refiere aquí a la luz que pueda arrojar el objeto tecnológico en sí, sino que se plantea el efecto de espejo del individuo en relación a la otredad) activa su mirada escópica, repasa y escruta todo aquello que circula en la red de redes en función de sopesar sus ansias de satisfacer su falta originaria mientras reelabora sus interpretaciones. Es por vía de su imaginario inagotable y servil a la patológica búsqueda de objetos sustitutos que le permitan evadir sus angustias primitivas, que consume un contenido que calma momentáneamente su ansiedad. Más luego, nuevos objetos/contenidos sustitutos confluyen en la dinámica digital. Como si se tratara de un objeto transicional, el individuo apropia el teléfono portátil que le permite registrar aquello que el otro le muestra que es, es decir la imagen que cada quien escoge proyectar de sí mismo y que en rigor está influida por una emulación primigenia.

Por vía del consumo continuado de contenidos digitales en portales de noticias y/o en redes sociales el sujeto, lejos de calmar sus ansias de goce, reactualiza su falta indelegable, propia de su historia e histeria; el consumidor nunca apacigua su carencia indómita, sino que la arrastra consigo hacia confines que no sólo no tienen límite, punto final en el presente, sino que además tampoco encuentra resolución más que una suerte de continuidad en el devenir, es decir, una huida hacia adelante. Huida que no supone un abandono de las expectativas del ser en relación con el otro; todo lo contrario, la solución de continuidad afianza los vínculos y las interacciones sociales del sujeto, tanto con el entramado informacional digital como con los intercambios y usos de contenidos personales que se presentan en redes sociales y que conforman la otredad.

Ahora bien, si se particulariza en el fenómeno de las redes sociales se advierte que el sujeto barrado no puede representarse a sí mismo puesto que no existe la posibilidad de que determinados significantes (ni aún infinitos) puedan reconstruir a imagen y semejanza lo que es el sujeto, su unicidad, su esencia. Y si este razonamiento se extiende a la totalidad de los individuos, se clarifica el hecho de que por más que cada quien pretenda mostrarse transparente y con ello favorecer sus vínculos virtuales con otros, el esfuerzo será en vano. Aún ello, el éxito de apropiación de las tecnologías de la información y la comunicación en los albores del siglo XXI es innegable. Es evidente que la imagen especular que cada quien ofrece en una red social y también el periodista quien escribe noticias de actualidad política, económica, deportiva, de espectáculos, cultural, etc., en un portal o bien en un periódico digital, aguarda por la respuesta del otro. Espera ser referido como alguien trascendente mientras se expone a la apreciación del resto. Y es el resto quien/es, en la necesidad de vincularse con la otredad para delinear su *para sí*, frecuenta la interconectividad y asume la necesidad de rastrear subjetividades especulares que propendan a nutrirlo de significado.

En el sentido expuesto, y sin ir en detrimento de los objetivos centrales del presente trabajo, se advierte que cuando se consulta a los estudiantes de la Universidad Nacional de La Matanza sobre sus prácticas de consumo informativo mediante redes sociales ellos explican

que utilizan las plataformas principalmente para el ocio o el establecimiento de relaciones con otras personas. En ambos casos se contribuye a reforzar los modelos de desarrollo anteriormente explicados, que favorecen principalmente la generación de sujetos narcisistas.

Al respecto Florencia, estudiante avanzada de comunicación social de la Universidad Nacional de La Matanza, comenta que le gusta consumir lo que la gente hace en lo cotidiano mientras niega que los estereotipos hoy influyan en cada individuo; más bien, indica en la entrevista, las personas se muestran según cómo están o se sienten sin temor a la exposición o al deber ser. Asimismo, agrega: “No estoy tan de acuerdo con las exposiciones en redes sociales, pero igual me expongo. Cuento lo que quiero contar, me dan ganas, y hay contradicción en eso, lo sé porque terminás comunicando lo que no querés comunicar, sólo para pertenecer o para demostrar que vos también podés viajar o hacer cosas buenas” (entrevista efectuada el 27/5/2019).

Es dable indicar en este punto que el poderío del imaginario de cada sujeto no depende estrictamente de aspectos ligados a la formación académica, simbólico-racional, puesto que individuos con escasa o nula instrucción superior demuestran, en ocasiones, ilimitada capacidad para constituir pensamientos atravesados por su imaginario. Ahora bien, y sin ánimo de contradicción, también sucede que personas significativamente formadas en el plan simbólico-racional son proclives a liberar su imaginario hasta niveles inauditos, incluso extravagantes. Ocurre que ello no depende de, no permanece asido a, la posibilidad particular de acceso a niveles elevados de instrucción, sino que remite puntualmente al devenir de su proceso mimético. Es decir que su rasgo unario define su potencialidad de interpretar la realidad a través de su capacidad de simbolizar, ligado ello a su racionalidad, así como también a su potencial fantasmático que coadyuva a metamorfosear cada evento de la realidad. En definitiva, pone en juego su impronta onírica por medio de la cual recrea, reelabora, rediseña dicha realidad.

Así como la capacidad simbólica del sujeto depende del desarrollo de su intelecto, de la misma manera su propensión a la recreación imaginaria depende de su impronta creativa y

también es dependiente del devenir de su desarrollo mental. Ello es lo mismo que indicar que todo individuo construye conocimiento, crea (y recrea) sobre la base de su pensamiento racional sustentado en su apariencia subjetiva (su yo) que se conecta con el mundo exterior en base a un deber ser y que en rigor representaría la punta de un iceberg, la parte visible que flota sobre el agua mientras el verdadero tenor y tamaño del macizo permanece oculto en las profundidades del océano. Evidente malestar de la cultura puesto que nos regimos por las apariencias transitorias propias de los papeles que buscamos comportar ante el otro y que no son sino sólo una máscara de una verdad primigenia que antecede a toda actuación humana, puesto que el hombre no solo no domina su inconsciente, sino que además debe soportar que ese mismo estadio domine su accionar (Freud, S. 2002).

Los jóvenes estudiantes exploran diversas fuentes de comunicación digital (específicamente portales informativos, periódicos y redes sociales), con presunta intención de permanecer informados ante los eventos cotidianos de escala nacional y local, puesto que se encuentran vinculados con diversos actores sociales universitarios (docentes, pares, autoridades departamentales, centro de estudiantes, etc.) y por tanto deben mostrar un rol de alumno preestablecido por el *statu quo* imperante aunque en rigor la necesidad pulsional sobrevuela la etiqueta social y en cambio reclama la imperiosa voluntad de administrar la falta primordial. Así, busca satisfacerla por vía de la revisión de un objeto, a saber: la comunicación (no sólo se hace referencia a la información mediática sobre los hechos, sino que también a lo que cada quien comenta respecto de lo que es para sí, en sitios tales como blogs y redes sociales). Entonces, ante la captación e interiorización de tales comunicaciones-objeto el estudiante canaliza la potestad de verse en el reflejo que constituye ese gran Otro digitalizado que opera bajo la lógica propia del sistema binario.

En este mismo sentido la estudiante entrevistada explicita: “Cuando comunico algo quiero tener la aprobación del otro. Todo el mundo espera una aprobación, una reacción del otro, incluso con *emojis*. Está naturalizado que las personas se conozcan por redes sociales. La mujer se resigna a no encontrar un chico interesante entonces busca relaciones efímeras. En realidad, a las chicas que conocen chicos en redes sociales les pesa estar solas. Porque las

redes ayudan a romper el hielo, pero después del contacto la mayoría nos encontramos en una falta constante y hay depresión (hablo por el caso de la mujer). Siempre falta algo, siempre hay algo que ajustar y ese ajuste es algo pesado, no se puede resolver. A la gente le cuesta ver que hay una falta que venís trayendo. A menudo la gente pone la culpa en el otro” (Idem, 27/5/2019).

La auto-percepción como expresión de la identificación simbólica

En el apartado de objetivos específicos hemos referido la noción de auto-percepción del estudiante universitario, sobre todo al momento de éste de consumir y referir contenidos de actualidad política, económica, deportiva, de espectáculos, cultural, etc., manifiestos en portales informativos, en periódicos digitales y en redes sociales. Pues bien, en primera instancia debemos clarificar cómo, de qué manera se constituye la identificación del individuo el cual, ante todo, es rehén de sus pulsiones inconscientes que pugnan por satisfacerse a través del goce. A esta primaria referencia en la cual se muestra al sujeto siendo puramente ello, puramente viviente, es menester referirle que el punto de origen de la identificación remite a su constitución simbólica (momento en que asimila los lenguajes, idiomático y aritmético, con los cuales es capaz de generar y expresar ideas, así como también de implementar abstracciones). A través de un significante, por caso su propio nombre, conforma su rasgo unario, su marca subjetiva. El individuo, siguiendo los lineamientos *lacanianos*, es ante todo un sujeto del lenguaje puesto que está sujeto al lenguaje. Es decir que su psiquis se estructura conforme a la normativa propia del idioma materno. Por tanto, conforma su identidad y se auto percibe de acuerdo a un esquema lógico-racional, los mismos con los cuales percibe el mundo.

Cuando el estudiante universitario realiza introspecciones que le permiten analizar su comportamiento, tanto en la vida social como también en el ágora digital, lo hace conforme a parámetros que son inescindibles de su ser, a saber: razonamiento por medio de significantes articulados lógico-lingüísticamente. Es entonces que procesa la información de actualidad que fluye tanto en redes sociales como en portales informativos y periódicos

digitales y la somete a comprensión, limitado a su alcance subjetivo. Al advertir ello, el joven estudiante intenta captar en profundidad aquellas informaciones que considera de relevancia social, ello circunscripto a sus intereses, actividades generales que lleva a cabo y búsqueda de conocimientos cognitivos en particular. Su auto-percepción está limitada primeramente por aquello que el sujeto está apto para reflexionar y comprender respecto de la realidad social. A su vez, sucede que, al constituir su proceso de identificación, el individuo en sociedad conforma un relato respecto de la realidad que lo circunda. Porque los relatos constituyen los cimientos de una nación, de manera que cada individuo se acopla a los supuestos preestablecidos al tiempo que es hacedor de sus propias invenciones y pareceres sobre la realidad social.

Así pues, “la interpretación interna de los decires/haceres de ese mundo creado por la sociedad genera una cadena de significaciones que constituye la unidad magmática de las pautas de su específica organización social. El imaginario social es la configuración de significaciones históricas que permite que los sujetos pertenecientes a una sociedad identifiquen su propio mundo, del mundo de los otros, otorgándole una capacidad de alteridad, que los distingue y les permite autorreferenciarse” (Golpe, L. y Molero, N. 2009, s/p). Es claro que el magma de interpretaciones que se sedimentan en la estructura social, capa sobre capa, influyen en los comportamientos de los sujetos. Así, la práctica del uso de dispositivos digitales y el acceso a la información *on line* arrastra a las subjetividades, es decir que se auto impone y es coercitivo para con los individuos quienes simplemente se suman unos tras otros, de a cientos, de a miles, a la dinámica actual propia de la era digital, puesto que nadie quiere, en rigor, experimentar el aislamiento social.

Entonces cada joven se auto percibe independiente para acceder a la información a través de las redes sociales, incluso libre respecto de su auto exposición a las mismas (puesto que vincularse con las redes supone una búsqueda, pero a la vez una mostración de sí mismo), sin reparar en que tal práctica es la de mayor relevancia de lo acontecido en el incipiente siglo XXI; es decir que es ante todo una invención, una emergente social interpuesta en la vida cotidiana para modificar de raíz los hábitos y costumbres.

Sucede que el/la joven universitario/a se apropia de la red y canaliza en ella búsquedas, intereses que llegan hasta los confines de lo íntimo. Reafirma su yo a partir de la índole de la información que busca y, a la vez, respecto de lo que deja expresado verbal y/o visualmente respecto de sí en el ágora virtual y en ese proceso de intercambio, aflora inevitablemente su falta originaria. El individuo nunca satisface su necesidad imperante de, al mismo tiempo, observar y ser observado por el otro puesto que es de esta manera que conforma y retroalimenta su subjetividad. Así pues, aun cuando reconoce que la información que fluye en las redes sociales es poco confiable, elige jugar el juego, se posiciona dentro de la escena y ya no le es posible (no lo pretende) claudicar, puesto que siempre y en todos los casos se interpone la pulsión de goce que renueva el deseo; el deseo del otro dado que intenta alcanzar el deseo de quien se mimetizó, su referente, y que nunca puede obtener como nunca se llega a la línea del horizonte porque es sólo una referencia imaginaria. En rigor, el otro es una referencia; una referencia idealizada, es decir, deshumanizada, a la que se le ha quitado sus contradicciones.

Su estructura yoica lo incita a construir un modelo que se alimenta del dictado que le propina el estadio inconsciente y, de la misma forma en que la fotografía permanece oculta sobre el papel mientras no se aplica el revelado, el ello actúa subrepticamente, de manera pulsional, con el fin de manifestar la latencia de la falta originaria. Ello se traduce en un consumo constante de información digital por medio de la cual el estudiante restablece la necesidad de satisfacción del deseo de consumo porque es la propia información (entendiéndose por este concepto todo aquello que circula en la red, en general) la que activa la necesidad de goce la cual persiste firmemente como lo hace el junco debajo del nivel del agua.

Metodología

El estudio se sostendrá metodológicamente por vía de la estrategia de convergencia en el nivel de combinación, es decir que se procederá en primera instancia, por vía de la técnica de encuesta a través de cuestionarios (modo presencial), a recolectar información a una muestra representativa de estudiantes de los diferentes departamentos de la UNLaM. La obtención de datos preliminares de orden cuantitativos en torno de la problemática en cuestión coadyuvará a ahondar en aspectos ligados a los hábitos de consumo y percepciones respecto de contenidos informativos digitales y redes sociales desde la aplicación de entrevistas en profundidad y grupos de discusión. El correspondiente procedimiento posibilitará la lectura compartida de datos de naturaleza interpretativa y estadística, lo cual enriquecerá el informe de investigación.

En base a los objetivos planteados y a al marco teórico-conceptual elaborado se diseñará un cuestionario que se aplicará a una muestra representativa de la población de la Universidad Nacional de La Matanza. La misma se compondrá de trescientas ochenta y un alumnos de los diferentes departamentos y en nivel de proporción a los mismos. Para la correspondiente recolección de datos se visitarán las diversas dependencias universitarias, previo pedido de permiso para encuestar al alumnado en cada una de ellas, y se procederá a la obtención de la información, la cual será requerida por cualquiera de los cinco integrantes del presente proyecto de investigación, abajo firmantes.

El siguiente cuadro da cuentas de la obtención de la muestra:

Población y muestra de estudio

Tamaño de la población:	39971
Heterogeneidad:	50%
Nivel de confianza	95%
Margen de error	5%

Departamento	Estudiantes	Porcentaje	Muestra
Económicas	10100	25,27%	96
Salud	4135	10,35%	39
Derecho y Ciencias Políticas	5030	12,58%	48
Formación Continua	4000	10,01%	38
Humanidades y Ciencias Sociales	10266	25,68%	98
Ingeniería	6440	16,11%	61
	39971	100%	381

Fuente: Secretaría académica de la Universidad Nacional de La Matanza, abril de 2018.

Una vez aplicados los cuestionarios volcará la información obtenida, codificada numéricamente, en una matriz de datos. La misma se compondrá de trescientas ochenta y una unidades de análisis en el eje de las filas y una cantidad aún no determinada de variables (se indicará en el informe de avance) y en cada celda conformada se mostrará el correspondiente valor codificado. Una vez ello, se cruzarán variables en tablas de contingencia (univariadas, bivariadas y trivariadas) que permitirán vislumbrar valores porcentuales-estadísticos, lo cual facilitará la comprensión de la influencia de una variable sobre otra.

La correspondiente información se reutilizará para abordar la etapa inductiva del estudio puesto que luego de ello se llevarán a cabo las entrevistas en profundidad (entre seis y ocho). Las unidades de análisis se elegirán en modo no aleatorio intencional puesto que se

requerirá de la información que pudieren brindar alumnos avanzados de los departamentos de Humanidades y Ciencias Sociales, Economía, Ingeniería, Derecho y Ciencias Políticas, Medicina y Formación continua. Se estipula, en cuanto a la combinación de herramientas de orden comprensivas, la utilización de la técnica de grupos de discusión en pos de favorecer la interacción focal de estudiantes representantes de todos los departamentos existentes en la Universidad Nacional de La Matanza, antes citados. Para ello se requerirá de un salón cito en la institución que cuente con la cantidad de asientos apropiados para la aplicación de dicha técnica (entre seis y ocho). Se procederá a la grabación audiovisual y sonora por dispositivos portátiles digitales, previo aviso del relevamiento de los datos que se produzcan en dicha reunión, a la totalidad de unidades de análisis allí presentes. Con ello se buscará profundizar la primera etapa que permitirá captar y consecuentemente describir los modos de percepción y actuación de los sujetos en cuestión y su hábito de consumo de información a través de teléfonos móviles con acceso a internet.

Por lo referido a la inclinación, inicialmente, por un estudio de corte inductivo se dirá simplemente que se presenta como una necesidad por el hecho de que se pretende realizar un análisis descriptivo de los aspectos inherentes al comportamiento del estudiante en particular. En palabras del metodólogo y profesor mexicano Roberto Hernández Sampieri, este tipo de método consiste en “la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento” (Hernández Sampieri, R. 2003, p.117). Por tanto, se intentará comprender las causales de los hábitos y percepciones desde matrices de pensamiento del área de la sociología hermenéutica confluyendo con aspectos propios del psicoanálisis. Ello posibilitará, por vía del estudio comprensivo, confirmar en los hechos las teorías retomadas en la investigación dado que “la inducción analítica es un procedimiento para verificar teorías y proposiciones, basado en datos cualitativos”. (Taylor, S. y Bogdan, R. 1986, p. 156).

De ello se desprende que por esta vía no se pretende desarrollar nuevas teorías, sino que básicamente se intenta validar una ya existente, relevando para ello datos de la realidad que acrediten que la explicación del fenómeno social en cuestión se cumple de acuerdo a lo que

la perspectiva teórica adoptada expone. La apuesta teórico-metodológica radica en construir tipologías en las cuales se esbocen categorías conceptuales que permitan sintetizar regularidades empíricas en torno de los hábitos de consumo y modos de percepción de los estudiantes en cuestión respecto de los contenidos virtuales a los que acceden a través de dispositivos portátiles electrónicos. Entonces desde esta posición metodológica se intentará cumplir con aquello que algunos autores consideran “un ajuste perfecto entre los datos y las explicaciones de los fenómenos sociales”. (Katz en Taylor, S. y Bogdan, R. 1986, p. 156).

Conclusiones preliminares

El presente informe de avance de investigación permite principiar conclusiones que deberán retomarse y profundizarse con mayor cantidad de datos, los cuales se obtendrán durante el trabajo de campo del año 2020. Aún ello se advierte que la utilización de dispositivos móviles con acceso a internet para la obtención de información de actualidad no reviste el aspecto principal del consumo digital de los jóvenes universitarios. El ocio, la búsqueda y mantenimiento de relaciones interpersonales parece ser la causa primordial de dichos consumos. Asimismo, la existencia de tales relaciones interpersonales pueden ser determinantes para la obtención de información de actualidad dado que los gustos de los grupos de pertenencia contribuyen a la conformación de las variables que determinan dichos consumos. En ese sentido, las dinámicas contemporáneas propias de la posmodernidad privilegian el consumo fragmentario de información.

Es tarea para las próximas presentaciones profundizar en la obtención de información por medio de las técnicas previstas para el presente trabajo (focus groups, encuestas y entrevistas en profundidad) a fin de elaborar una descripción más densa, así como exponer interpretaciones de los fenómenos que derivan de las formas que los estudiantes universitarios de la UNLaM consumen internet y redes sociales con fines informativos y/o recreativos.

Bibliografía

Alonso, L.E. (2007). "Las nuevas culturas del consumo y la sociedad fragmentada", en *Revista científica Pensar la publicidad*. ISSN 1887-8598. Madrid. España.

Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

Beck, U. (1998). *La sociedad del riesgo*. Editorial Paidós. Barcelona.

Cornejo, Marqueza; Tapia, María Lourdes. (2011)."Redes sociales y relaciones interpersonales en internet" en *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*. Año XII – Número II (24/2011) 219/229 pp. Recuperado el 4/4/2019 en <https://www.redalyc.org/html/184/18426920010/>

Featherstone, M. (2000). *Cultura de consumo y posmodernismo*, Buenos Aires, Amorrortu.

Freud, Sigmund. (2002). *El malestar en la cultura*. Ediciones Librodot.com Recuperado el 14/9/2020 en <http://www.afoiceemartelo.com.br/posfsa/Autores/Freud,%20Sigmund/Freud,%20Sigmund%20-%20Malestar%20en%20la%20cultura,%20El.pdf>

García, Beatriz Catalina; García Jiménez, Antonio y Montes, Manuel. (2015): Jóvenes y consumo de noticias a través de Internet y los medios sociales. Universidad del Rey Juan Carlos, España, s/p. Recuperado el 23/3/2019 en https://www.researchgate.net/publication/289571921_Jovenes_y_consumo_de_noticias_a_traves_de_Internet_y_los_medios_sociales

Giménez, G. (s.f.). *La cultura como identidad y la identidad como cultura*. Recuperado el 1º de diciembre de 2018, de Facultad de Periodismo de la Universidad Nacional de La Plata: <http://perio.unlp.edu.ar/teorias2/textos/articulos/gimenez.pdf>

Harvey, D. (1998). *La condición de la posmodernidad*. Editorial Amorrortu. Buenos Aires.

Hernandez Sampieri, Roberto; Fernandez Collado, Carlos; Baptista Lucio, Pilar. (1991). *Metodología de la investigación*. México, Mc Graw-Hill.

Jameson, F. (2002). *El giro cultural*. Buenos Aires, Manantial.

Kant, Immanuel. (2013). *Crítica de la razón pura*. Madrid, Taurus.

Lacan, Jacques. (1960). La transferencia. Recuperado el 5/5/2019 en -Featherstone, M. (2000). *Cultura de consumo y posmodernismo*. Buenos Aires, Amorrortu. Recuperado el 3/5/2019 en <https://seminarioslacan.files.wordpress.com/2015/02/10-seminario-8.pdf>

- _____. (1967). La lógica del fantasma. Recuperado el 23/3/2019 en <https://seminarioslacan.files.wordpress.com/2015/02/17-seminario-14.pdf>
- Lago Martínez, Silvia. (2015): *Internet y educación formal. Retratos de los planes "una computadora, un alumno"*. Buenos Aires, Teseo.
- Lahire, B. (2004). *El hombre plural. Los resortes de la acción*. Barcelona, Belaterra.
- Lipovetsky, G. (1986). *La era del vacío*. Barcelona, Anagrama.
- Marradi, Alberto; Archenti, Nélica; Piovani, J. I. (2007). *Metodología de las Ciencias Sociales*. Buenos Aires, Emecé.
- Mendicoa, Gloria Edel. (2000). *Manual Teórico-Práctico de Investigación Social (Apuntes Preliminares)*. Buenos Aires, Espacio.
- Paredes, Ricardo. (2014). *La función de la palabra en las redes sociales. Una aproximación desde la Teoría Psicoanalítica*. Santiago de Cali, Colombia. S/p. Recuperado el 3 de diciembre de 2019 en http://45.5.172.45/bitstream/10819/2299/1/La_Funcion_Palabra_%20Redes_Sociales_Paredes_2014.pdf
- Pariser, Eli. (2017). *El filtro burbuja. Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos*. Madrid, Taurus.
- Ruiz, Eva; Río, José. (2008). *Jóvenes conectados. Las experiencias de los jóvenes con las nuevas tecnologías*. Universidad de Alicante, España, s/p. Recuperado el 30/3/2019 en <https://www.redalyc.org/html/537/53712934004/>
- Taylor y Bogdan, R. (1986). *Introducción a los Métodos Cualitativos de Investigación*. Editorial Paidós. Buenos Aires
- Serrano-Cobos, Jorge. (2016). *Tendencias tecnológicas en internet: hacia un cambio de paradigma*. Publicado en revista digital El Profesional de la Información. Vol 25, número 6, 2016. Recuperado el 3/4/2019 en <https://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/view/epi.2016.nov.01>
- Vasilachis de Gialdino, Irene. (1992). *Métodos cualitativos I*. Buenos Aires, CEAL.
- Verón, Eliseo (1987). "Prefacio a la segunda edición", en *Construir el acontecimiento*. Buenos Aires, Gedisa.
- _____. (2004). "El sentido como producción discursiva" en *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. México, Gedisa
- Vieytes, Rut. (2004). *Metodología de la investigación en Organizaciones, Mercado y Sociedad. Epistemología y técnicas*. Buenos Aires. Editorial De las ciencias.

Wacquant, L. (2014). "Poniendo al habitus en su lugar: réplica del simposio" en *Revista Latinoamericana e Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad* (15), 40-52.

Weber, Max. (1967). *El científico y el político*. Madrid, Alianza.

Wimmer, R. y Dominick, J. R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación*. . Barcelona, Editorial Bosch