



Universidad
Nacional
de Rosario

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

TRABAJO INTEGRADOR FINAL

Título: Las identidades adolescentes atravesadas por influencers.

Modalidad de presentación: Ensayo

Autora: Balaguero Nazarena

Legajo: B-5583/2

Docente responsable: Grimblat Sebastián.

-2021-

Agradecimientos:

A mis padres, Darío y Adriana que me brindaron su apoyo y contención durante el trayecto recorrido.

A mi novio Nacho, por creer en mí, y estar presente en cada alegría y tristeza. A mi familia, que me alentó durante todo el proceso.

A mis amigos de siempre, que nunca dejaron de escucharme y animarme.

A aquellos amigos que me permitió conocer la facultad, compañeros de esfuerzos e ilusiones.

A Kíara, quien con su presencia me brindó alegría cada día de estudio.

A los docentes que supieron transmitirme su vocación, y amor por esta hermosa carrera.

Índice:

Resumen.....	p.1
Palabras claves.....	p.1
Introducción.....	p.2
Adolescencias en plural, pubertad en singular.....	p.4
Los trabajos psíquicos de los adolescentes.....	p.5
Identidad e incertidumbre.....	p.7
Sentido de pertenencia.....	p.11
Conclusión.....	p.1
4 Referencias bibliográficas.....	p.16

Resumen

En el presente ensayo se aborda las vicisitudes del proceso de construcción de identidad del adolescente, incluyendo la repercusión de la figura del influencer durante el mismo. Persiguiendo dicho objetivo, en un primer momento se trabaja sobre las nociones de pubertad y adolescencias, resaltando las modificaciones y particularidades de las mismas. En simultáneo, se apunta a que los influencers cumplen una función en el desborde puberal. Sucesivamente, al plantear a los adolescentes como sujetos activos, se aborda los múltiples trabajos psíquicos que deben atravesar en este proceso, remarcando la importancia de las elecciones de objetos e identificaciones. Partiendo de las identificaciones a sus pares, se destaca el lugar central de los mismos, y se investigan las nuevas identificaciones virtuales que son dirigidas a los influencers, figuras que actualmente ocupan el lugar de ideal del yo.

Como consecuencias de las incertidumbres que atraviesan los adolescentes, se trabaja la noción de identidad y cómo la misma ha sido modificada a partir del declive de la figura paterna, y el modo en que consecuentemente comienza a ser interpelada por las redes sociales. Finalmente, al afirmar que los influencers brindan un sentido de pertenencia, se trabaja con sus características particulares, con el propósito de remarcar que mediante las mismas no solo logran cautivar la atención de los jóvenes, sino que al mismo tiempo son ubicados como figuras identificatorias, es decir, conforman una pieza fundamental en el proceso de construcción de identidad de los adolescentes.

Palabras claves:

Adolescencias- influencers- identidad- pertenencia

Introducción:

La tecnología digital ha adquirido gran importancia entre los adolescentes y forma parte de sus prácticas diarias en distintos ámbitos; familiar, social y educativo. Las redes sociales impregnan la vida cotidiana y demuestran que su desarrollo está lejos de agotarse, es una tendencia que ha llegado para quedarse.

Followers, likes, no-filter, stalker, repost, unboxing, influencer, son términos que en reiteradas oportunidades pueden escucharse en el vocabulario de los jóvenes. Sin embargo, quienes quedan por fuera de las categorías millenials o centennials, más de una vez se han

encontrado sin entender ni una sola palabra ¿Hablan otra lengua? Los adolescentes inventan dichos léxicos, lenguajes de moda, con los cuales se identifican y se entienden, dejando de esta forma excluidos a los adultos.

Los jóvenes buscan dependencia de varias formas, siendo una de ellas dicho lenguaje que comparten solo entre ellos. En esta etapa se amplía la interacción con personas fuera del núcleo familiar, moldeando una exogamia, es decir que buscan relacionarse con aquellos con quienes comparten el mismo rango de edad e intereses, y con quienes simultáneamente están experimentando los placeres y dificultades del proceso de adolecer.

Caminando en conjunto irán atravesando el complejo camino que implica construir la identidad propia, la misma se produce mediante distintas identificaciones con sus pares, en búsqueda de un ideal del yo que sea diferente al de la infancia. Durante este período pertenecer a un grupo de amigos permite superar el proceso que implica desplazar a los padres como objetos de amor, con el fin de investir nuevos objetos por fuera de la endogamia. Dado que la vida no comienza en la adolescencia, todos los bagajes que se viven en la infancia positivos o negativos, los valores que se transmiten, y las experiencias vividas, hay que reelaborarlas y reintegrarlas a lo largo de la adolescencia.

Si bien los modelos identificatorios siempre se hacen presentes durante este pasaje, ello no implica que se lleven a cabo de la misma manera. Los modos identificatorios han variado y continúan variando con el correr del tiempo. Es decir, toda adolescencia conlleva una impronta individual y además una impronta del medio cultural, social e histórico en que se vive. ¿A quién se identifican los jóvenes de hoy?

Como se ha plasmado al comienzo, actualmente se transita un mundo regido por la inmediatez y consumismo, producto de la era tecnológica que empantana. Como efecto de la misma nos encontramos con adolescentes que viven por, para, y gracias a las redes sociales, ellos son los influencers. Estas figuras cuentan con una gran cantidad de seguidores, y tienen en su poder la posibilidad y responsabilidad de generar determinado tipo de contenido en sus plataformas, con los cuales buscan dejar huella en su comunidad de seguidores.

Si bien existen distintos tipos de influencers se considera que el objetivo común de todos consiste en transmitir y compartir determinado mensaje a través de sus stories, reels o publicaciones en el feed. Cada uno irá creando su propio contenido a partir de sus gustos, sus virtudes, y trabajará con el material que le brinde la posibilidad de captar la atención de sus seguidores, consecuentemente generando su alcance a un mayor número de personas.

Los adolescentes encuentran en las redes sociales y en los influencers maneras de compartir y reafirmar gustos, aficiones, acciones y construir una fuerte autoestima para sentirse parte de un colectivo. “Nos encontraremos con una multiplicidad de identificaciones

2
contemporáneas y contradictorias; por eso, el adolescente se presenta como varios personajes: es una combinación inestable de varios cuerpos e identidades” (Aberastury, 2012. p 19).

A partir de considerar a la adolescencia como un pasaje que se extiende desde el

final de la infancia hasta las puertas de la madurez, inundado de múltiples avatares y procesos necesarios para el desarrollo del psiquismo, y remarcando paralelamente el lugar primordial que ocupan las redes sociales en la vida de los jóvenes hoy en día, la problemática de este escrito recae en la posibilidad de indagar las vicisitudes del proceso de construcción de identidad del adolescente, incluyendo la repercusión de la figura del influencer durante el mismo.

Adolescencias en plural, pubertad en singular:

El creador del psicoanálisis, Sigmund Freud, no se apuntaló al término adolescencia, sino que decidió inclinarse a hablar de pubertad. Se ha dedicado al abordaje de dicha

temática en su obra de 1905 llamada tres ensayos sobre una teoría sexual, tres ensayos que decantan en plasmar la sexualidad humana. Es en el tercero de ellos donde se centra a escribir sobre la pubertad, por lo que no casualmente lo titula: “la metamorfosis de la pubertad”. Fue este escrito el que generó que Freud camine por una cuerda floja, ya que le costó innumerables críticas de sus contemporáneos, debido a que sacó a relucir uno de sus mayores aportes: considerar a los niños como perversos polimorfos. Sin embargo, al mismo tiempo dicha afirmación le permitió realizar grandes descubrimientos sobre el psiquismo humano, como, por ejemplo, distinguir sexualidad de reproducción. Para Freud (1998) la sexualidad se construye en dos tiempos, siendo la pubertad el momento donde se concluye lo que comenzó en la infancia. Durante la misma se hacen algunas elecciones de objetos no definitivas y que luego serán reactualizadas en la pubertad.

La adolescencia es un fenómeno propio del mundo occidental, en cambio, la pubertad siempre ha existido. La pubertad hace referencia a los cambios corporales, es decir, aparición de los caracteres sexuales secundarios tales como el vello axilar, facial y púbico, junto con crecimiento de los órganos sexuales, a los que se les agregan las variaciones de peso y altura, y demás cambios físicos que van modificando el esquema corporal del adolescente, no sin dejar consecuencias en la imagen corporal del mismo.

Desde los aportes de Levin (1991) se puede entender al esquema corporal como lo que cada sujeto puede decir o representarse acerca de su propio cuerpo, es del orden de lo evolutivo, de lo temporal. Es susceptible de ser medido y comparado con otro. A diferencia de la imagen corporal que es constituyente del sujeto deseante, y se va conformando en el devenir histórico de la experiencia subjetiva.

Dichos cambios desconciertan, generan ciertas dificultades tanto psíquicas como afectivas. Los jóvenes de pronto se hallan en un cuerpo desconocido, no manuable, sin control, como consecuencia de una transformación, una metamorfosis. Los adolescentes se encuentran con un cuerpo biológico que se presenta preparado y listo para procrear, pero no así su psiquismo. Si bien los cambios corporales son vivenciados desde el comienzo de la infancia, suelen ser más armónicos, lentos y sutiles durante dicha época. No así en la adolescencia, donde el cambio caótico se produce rápida y bruscamente, sin dejar lugar a la asimilación que el mismo requiere. Por ejemplo, la oreja y la nariz comienzan a crecer antes que el resto del cráneo neofacial, o los brazos y piernas antes que el resto del cuerpo, esto explica por qué presentan una mayor dificultad con el manejo del espacio.

A nivel de los procesamientos psíquicos, también se producen una serie de transformaciones. Tal como plantea el psicoanalista Urribarri (2015) se puede pensar que en la pubertad los basamentos narcisísticos de la estructuración psíquica son removidos, generan una herida narcisista, por la imposibilidad de controlar la situación que les toca atravesar. Narcisismo tomado en los términos más cercanos al mito de Narciso, amor hacia uno mismo. Esta herida no es ajena al contexto en el cual se vive, actualmente es imposible no pensar cuán narcisista se volvió el mundo, mundo en el que la búsqueda de una imagen física hegemónica muchas veces se prefiere a costa un padecimiento mental. Dentro de las condiciones sociales propias de la sociedad de consumo, ¿no propiciarán los influencers un amor desmesurado por el ideal de un cuerpo bello a alcanzar sin importar los sacrificios requeridos?

Si la pubertad puede ser considerada como un hecho generalizable, se puede pensar a la adolescencia de manera contraria, abordada caso por caso, como las respuestas particulares que cada sujeto puede elaborar frente al avasallamiento puberal. Por lo tanto, hablar de las adolescencias en plural resulta más pertinente que hablar de la adolescencia en singular. El anclaje a una definición de base resulta fundamental para comprender a qué perspectiva de adolescencias apunta el desarrollo de este escrito. La electa es la siguiente:

A diferencia de quienes plantean a la adolescencia solo como psiquización de la pubertad, la concibo como un proceso psíquico, iniciado a partir de las modificaciones corporales, el incremento pulsional y la creciente genitalización, y que quiebra el equilibrio intersistémico arduamente logrado en el periodo de latencia. Este desajuste plantea una serie de conflictos que desafían al joven sujeto a realizar un arduo trabajo psíquico; se desarrollan así procesamientos en distintos campos y momentos que no solo integran los cambios corporales, sino también reestructuran las instancias psíquicas, su interjuego, la elección de objetos y su mundo relacional-social. (Urribarri, 2015, p. 122).

La presente definición resulta pertinente ya que condensa varios de los conceptos que serán indagados con el fin de comprender el proceso de construcción de identidad. Uno de ellos es el proceso psíquico; proceso indica construcción, el aparato psíquico durante la adolescencia está en vías de constitución. Dicho proceso implica una serie de tareas específicas: la unificación de las pulsiones parciales bajo el primado de los genitales y al servicio de la reproducción, la elección de un objeto sexual heterosexual y no incestuoso, y la salida exogámica que permitirían al sujeto ubicarse en el mundo adulto a partir de la asunción de un proyecto propio. Tareas que, para poder ser llevadas a cabo, implican una serie de reorganizaciones psíquicas. Estar en vías de constitución facilita la posibilidad de generar cambios y modificaciones si durante dicho trayecto se presentara algún tipo de padecimiento.

Desde el dificultoso trayecto que implica dicha construcción se podrían deducir dos puntos de vista contradictorios entre sí: por un lado, considerar a los adolescentes como sujetos pasivos, en el que los cambios los envuelven, encontrándose al descubierto, sin poder reaccionar, sin poder de elección o decisión. Esta perspectiva deja implícita cierta noción de adolescentes incapaces, frágiles, ajenos de su propia vida. Contrariamente, la propuesta del presente escrito consiste en proponer una noción completamente diferente, donde el sujeto es activo, comprometido, dedicado en su propio caminar. Debido a que este supuesto invita a pensar a cada adolescencia como un proceso único e irrepetible, e inevitablemente sujeto a las particularidades vigentes de cada instancia social y cultural, se indaga acerca de cierta lógica de construcción de identidad que es propia de la época de los influencers. Estas figuras intervienen de manera singular en cada sujeto, pero dejando una huella en la gran mayoría de la población adolescente, ¿vendrán a cumplir alguna función en relación a las tareas propias que los adolescentes deben realizar frente al desborde puberal?

Los trabajos psíquicos de los adolescentes:

Al plasmar la noción de trabajo, se reafirma el supuesto de considerar a los adolescentes como sujetos activos. Son ellos quienes realizan estos trabajos, quienes comienzan a soportar una serie de responsabilidades que no tenían hasta el momento. Por ejemplo, comienzan a entender que su futuro depende de ellos mismos, y si no hacen algo al respecto saldrán perjudicados. Esto implica atravesar nuevos miedos y desafíos que en la infancia no se presentan.

Adhiriendo a la postura de Rodolfo (2005) se pueden destacar la siguiente serie de

trabajos a realizar: 1-pasaje de lo familiar a lo extrafamiliar; 2- desplazamiento del yo ideal al ideal del yo; 3-pasaje de lo fálico a lo genital; 4- repetición transformada de los tiempos del narcisismo; 5- pasaje del jugar al trabajar; 6- la sustitución de la elección de objeto.

5

El más reconocido entre los saberes cotidianos, o el más sencillo a registrar, podría pensarse que es el pasaje de lo familiar a lo extrafamiliar. Los adolescentes buscan separarse de los padres, separación que no solo implica lo físico, sino que también interviene en lo afectivo y en los ideales, es decir dejan de idealizar a las figuras parentales, y perciben las fallas y contradicciones de los mismos, oportunidad para que comiencen los cuestionamientos. Si bien conlleva a varios conflictos familiares, es necesario que ocurra para que, mediante sus experiencias, rijan la posibilidad de formular sus propias creencias, opiniones, teorías e ideales.

Al cambiar ellos mismos requieren simultáneamente otro tipo de padres, padres comprensivos pero que al mismo tiempo establezcan límites, que contengan, pero también que mantengan cierta autoridad. Quieren estar lejos de sus cuidadores, pero al mismo tiempo necesitan sentir su protección. El hecho de que ellos puedan comenzar a disfrutar de ir donde quieran y llegar a la hora que quieran, debe ir acompañado de hacerles notar que, aunque se les brinde libertad, siempre hay alguien que se preocupa por ellos. Las figuras parentales deben cambiar, acompañar ese cambio, transformarse en padres de un adolescente, y no del niño que fue, porque de lo contrario manifiestan una paradoja, ya que por un lado se le pide que siga comportándose como un niño, pero al mismo tiempo que ceda esta actuación y adopte un papel de adulto.

Al igual que en todas las generaciones, los jóvenes luchan por ser diferentes y auténticos, transgrediendo ciertas normas sociales, familiares y culturales. Persiguiendo este objetivo, los adolescentes van agregando nuevos ingredientes que incorporan a partir de identificarse con sus otros, sus amigos. Siendo los grupos de pares quienes desempeñan el rol de mediadores sociales, y quienes aportan los criterios de lo que está bien visto socialmente, dictando modos de actuar, pensar, y sentir.

Ahora bien, hoy en día existe otro modelo identificatorio que cultiva la atención de los jóvenes, la identificación a los influencers. Son personajes que han aparecido gracias al avance de las redes sociales, son creadores de contenidos audiovisuales, que generan cierta influencia inconsciente a la hora de comportarse, tomar decisiones, cultivar ideales, realizar compras, y demás. Su estrategia consiste en mantener una comunicación permanente con los usuarios que los siguen, generando cierto vínculo estrecho, basado en el intercambio. Al ocupar un lugar central en la vida de los jóvenes se podría interrogar lo siguiente: ¿el lugar que ocupan es de semejante o de ideal? En este escrito se trabajará adoptando la segunda opción, ya que como base se considera que ellos se posicionan como ídolos inspiracionales. Es decir, los adolescentes se identifican a los influencers con el objetivo de conformar su propio ideal del yo, entendiendo a esta instancia como un modelo al cual el sujeto intenta adecuarse.

Las identificaciones son necesarias en la constitución psíquica del sujeto, son provocadas por la relación de objetos y la identificación a los mismos, que comienza en la infancia y perduran toda la vida. Identificación es un concepto arduamente trabajado por el creador del psicoanálisis quien plantea que “el psicoanálisis conoce la identificación como la

más temprana exteriorización de una ligazón afectiva con otra persona”. (Freud, 1985, p. 98).

En Psicología de las masas y análisis del yo (1985), específicamente en el capítulo siete, titulado “la identificación”, define tres modalidades identificatorias: una identificación como forma original de ligadura con otra persona, donde se aspira a configurar el yo propio a semejanza del otro, este otro es tomado como modelo, se trata así de una identificación total. Una segunda modalidad de identificación como sustituto de la ligadura de objeto, donde la identificación reemplaza la elección de objeto por vía regresiva, por introyección del objeto, cambiando la libido de objeto por libido yoica. El yo se enriquece con las propiedades de ese

6

objeto, es entonces una identificación a un rasgo. Por último, pero no menos importante, una identificación sin elección de objeto, sobre la base de querer colocarse en la situación de otro que mantiene el mismo modo de relación con un tercero, llamada identificación por infección psíquica, o vulgarmente “la del pensionado”, ya que Freud para ejemplificarla utiliza el caso en el que una muchacha que reside en un pensionado, recibe una carta.

El ejemplo del pensionado puede ser la puerta de entrada para desarrollar las identificaciones entre los adolescentes. Un pensionado es un colegio donde se admiten alumnos internos, es decir, una institución donde conviven un conjunto de jóvenes, que a juzgar por la época en la cual escribe Freud, se los separaba entre hombres y mujeres. En el ejemplo se trata de un colectivo de mujeres, pero puede leerse de la misma manera en los hombres. La identificación por contagio psíquico, donde varias muchachas quieren ocupar el lugar de una de ellas, se produce en un ambiente escaso de figuras parentales, por lo que los vínculos entre las jóvenes van en aumento, se podría suponer que entre ellas existe una relación muy fuerte. A través de esta identificación se puede leer que las identificaciones que se llevan a cabo en los primeros años de vida, basadas en las figuras de los padres, son reorganizadas en identificaciones más complejas, alejadas del núcleo familiar, son las identificaciones con sus pares.

Los adolescentes comienzan a identificarse con sus pares, buscando respuestas sobre su identidad, mantienen fuertes vínculos con aquellos que se encuentran en la misma situación incierta. El grupo de amigos ocupa un lugar primordial en esta etapa, son quienes ayudan a elaborar el trabajo que implica el desasimiento de los padres. Al alejarse, prefieren pasar la mayor parte del tiempo con sus amigos, confía en esta amistad. Son con ellos con quienes se comparten momentos, códigos, lenguajes, pensamientos, experiencias, deseos y preferencias. Son con ellos con quienes se expresan sin temor alguno a ser juzgados o ridiculizados.

Paralelamente, al manejarse dentro de un grupo, los jóvenes se incentivan mutuamente a realizar ciertas acciones que individualmente no habrían pensado, o no se habrían animado a llevar a cabo. Hay una influencia entre ellos que promueve el actuar en conjunto. Hoy en día, se mantienen estas relaciones entre pares, pero de manera distinta. Las relaciones de amistad actualmente están mediatizadas por los dispositivos tecnológicos, forma de comunicación que trae consigo una serie de ventajas, como así también, múltiples desventajas.

La identificación terciaria (contagio psíquico), siempre se ha llevado a cabo, pero hay que asentar que ha variado a lo largo de la historia. En épocas pasadas, los jóvenes se

identificaban a músicos que escuchaban por la radio interpretando sus canciones preferidas, luego, en épocas posteriores, con la creación de la televisión, las identificaciones se dirigían a aquellos actores de telenovelas o películas que admiraban frente a la pantalla. En la actualidad esta mediación social se lleva a cabo a través de las redes sociales, siendo los influencers los protagonistas de dicho modo identificatorio.

Identidad e incertidumbre:

*“Yo es otro, es varios
otros simultáneamente”.*

(Mannoni, 1992 p.27)

7

Continuando con el objetivo de contribuir a la indagación sobre el proceso de construcción de identidad, este punto a desarrollar se traza en relación con los trabajos previamente mencionados propuestos por Rodulfo, quien plantea la reformulación del narcisismo y la sustitución de la elección de objeto que se realiza en la infancia.

En Introducción al narcisismo (1981) Freud explicita la construcción del psiquismo inherente a la sexualidad. Allí define al Narcisismo como: “aquella conducta por la cual un individuo le da a su cuerpo propio un trato parecido al que le daría al cuerpo de un objeto sexual; vale decir, lo mira con complacencias sexual, lo acaricia, lo mima, hasta que gracias a esos manejos alcanza la satisfacción plena”. (p.71). Hay un momento en el desarrollo humano que es esto es normal y esperable que suceda en el cuerpo, es el narcisismo primario. Este narcisismo primario (tomar a toda la unidad del yo como objeto sexual), se encuentra como una etapa intermedia que tiene lugar entre el autoerotismo, definido como placer de órgano por separado, y el amor de objeto, es decir, tomar a otra persona como objeto. Da cuenta de la existencia de dicho narcisismo primario, gracias a la presencia del narcisismo secundario: “el narcisismo que nace por replegamiento de las investiduras de objeto, es narcisismo secundario, que se edifica sobre la base de otro primario oscurecido por múltiples influencias”. (p. 73). La afirmación recae en que el narcisismo secundario se constituye por replegamiento de investiduras de objeto.

Es decir, que el atravesamiento de esta etapa inundada de cambios, no deja por fuera la sexualidad de los adolescentes. La sexualidad infantil es autoerótica, porque encuentra la satisfacción en las zonas erógenas del cuerpo propio, mediante pulsiones parciales que permiten la satisfacción por una autonomía de estas zonas. En la sexualidad adulta, se buscaría unificar estas pulsiones parciales, unificar estas zonas erógenas bajo una zona genital, siendo la reproducción el fin que buscaría alcanzar.

En el intento de poder atravesar lo más favorablemente posible dicha cadena de procesos psíquicos, el adolescente llegaría a este momento de reactualización edípica, acompañada por el advenimiento del erotismo genital, y habiendo ya alcanzado la maduración física. Por lo que siendo el sujeto participe de un orden social, histórico, regulado por leyes, entre ellas, la prohibición del incesto, promueve su forzada renuncia a los objetos parentales que habían sido fuente de amor y placer durante la infancia.

Como resto de dicha operación, los adolescentes tienen que hacer todo un rodeo trabajoso

y penoso que implica desinvertir dichos objetos, lo que forja que la libido que estaba destinada a los mismos vuelva al yo, para luego poder invertir nuevos objetos de amor, buscando en un horizonte lejano al incestuoso, donde se les promete fuente de placer.

Asimismo, si se toma como punto de partida lo trabajado hasta el momento; al considerar a la adolescencia como un proceso, se puede pensar que este pasaje no ocurre repentinamente, por lo tanto, en ningún momento el adolescente queda carente de objeto de amor, sino que a medida que va desinvirtiendo a los padres (quien ocupe ese lugar), invierte paulatinamente a su nuevo objeto, es decir que se trata de una coexistencia del nuevo objeto y el anterior aún no plenamente resignado.

Frente a esta situación se abre un nuevo abanico de interrogantes ¿qué sucede con la relación que hasta el momento mantenía con los padres? ¿cómo se sostiene? ¿se modifica?

Al vivenciar la pérdida de objetos, los jóvenes se encuentran con una crisis de identidad, con la pregunta del ser ¿quién soy?, pero se podría pensar que lo que realmente

8

está en juego es una crisis del deseo ¿qué deseo? El sujeto comienza a indagar sobre aquello que lo implica como sujeto deseante. Comienzan a sentirse dentro de un laberinto sin escapatoria, en donde se les presenta la problemática entre lo que querían ser cuando se imaginaban siendo adolescentes, y lo que verdaderamente son transcurriendo esta experiencia, lo cierto, es que estas dos miradas, casi nunca coinciden.

Se podría pensar dicha incertidumbre como consecuencia de una ruptura en la identidad, pero, ¿qué se entiende por identidad? En búsqueda de una respuesta, se puede plasmar la siguiente definición que brinda Ladame:

La noción de identidad remite al narcisismo, al investimento libidinal de sí, positivo o negativo, a las identificaciones inconscientes y a los conflictos identificatorios. De allí, en referencia al narcisismo y a la adolescencia, la siguiente hipótesis: es el investimento positivo de la representación de sí el que da un sentimiento de identidad. Este permite, cuando es suficientemente estable y sólido, tomar el riesgo de comprometerse, con cuerpo y alma, en una relación con un otro diferente y diferenciado de sí, sin perderse en ella. (2001, p.406).

Así mismo, según la Real Academia Española (2020) la identidad “es el conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracteriza frente a los demás”. Ahora bien, ¿es realmente propia esta identidad?

Desde los postulados Lacanianos el sujeto se constituye siempre en relación a Otro, y en conjunto con sus otros. El autor plantea (2006) que la constitución del sujeto implica tener presente dos alteridades. Una alteridad imaginaria, es decir el otro con minúscula, que es el otro de la alteridad del espejo, que hace que dependamos de la forma del semejante. Y más allá de esta alteridad imaginaria, encontramos el Otro con mayúscula, en la estructura simbólica de la palabra, es Otro reconocido, pero no conocido. Este gran Otro trasciende lo imaginario, lo equipara con la ley y el lenguaje, es lo simbólico, por lo tanto, está particularizado para cada sujeto. Hay que entenderlo como un lugar, el lugar desde donde se construye la palabra.

Consecuentemente el sujeto siempre está atravesado por este Otro, lo que implica que el

lenguaje preexiste al sujeto, primero está el lenguaje y luego acontece el sujeto. Es por ello que la identidad siempre va a estar mediatizada por Otro, la identidad nunca es del todo propia. Esto se puede ejemplificar fácilmente: legal y culturalmente es requisito que al momento del nacimiento cada uno cuente con un nombre propio, nombre que acompañará (si uno así lo quiere) el resto de la vida, a modo de quedar identificados con él. Sin embargo, este nombre propio, es lo menos propio que se tiene, este nombre fue pensado y seleccionado e impuesto por otros.

Como reflexión se podría afirmar que el sujeto siempre necesita de un Otro para la subsistencia, el Otro es fundamental para que el sujeto logre conformar una imagen de sí mismo, y consecuentemente moldear paulatinamente una identidad propia. En la infancia estos Otros encarnan su lugar en las figuras parentales, pero, en la adolescencia, ¿Qué ocurre con el lugar del Otro? ¿Son los padres los que continúan encarnando ese lugar? Se podría presumir que no, el Otro al ser considerado un lugar, debería ser ocupado por múltiples figuras a lo largo del desarrollo de la vida. Lo novedoso radica en que en la contemporaneidad dicho lugar puede ser ocupado por las reglas del mercado en conjunto a la sociedad de consumo. Este imponente suceso, requiere de un abordaje en mayor profundidad.

Le Breton (2014) sostiene que “el término adolescencia proviene del latín *adolescens*, participio presente de *adolescere*, que significa crecer, y se diferencia del participio pasado

9

adultus, que marca el hecho de haber dejado de crecer” (p. 6). Son dos nociones que comienzan a cobrar importancia en el siglo dieciséis, cuando la diferencia de edad adquiere un valor en las clases sociales altas. Sin embargo, no es hasta el siglo diecinueve, con la instauración de la escuela secundaria, que se inventa el concepto de infancia y se utiliza el concepto de adolescencia. Previo a esto, se pasaba de la infancia a la adultez. Este pasaje se realizaba mediante ritos de iniciación de carácter social, que incluía la separación de los padres, y operaciones en el cuerpo como por ejemplo la circuncisión o extracción de pelo o dientes. Estos ritos daban cuenta de una operación simbólica que aseguraba este pasaje de la niñez a la adultez (López, 2019).

En la sociedad moderna, se abandonaron dichos ritos, y el encargado de establecer un orden simbólico era el padre, como agente de la función de castración. El padre como una función que radica en poder establecer un orden, y un conjunto de leyes que promuevan un apto accionar dentro de la sociedad.

Lo que ocurre en la sociedad actual posmoderna es que ya no se realizan los ritos propios del siglo diecinueve, ni tampoco está presente la preponderante figura paterna que se encargaba de establecer un orden simbólico. Estas faltantes producen como consecuencia una adolescencia inacabada, los adolescentes no cuentan con las coordenadas para delimitar la misma, ningún acontecimiento simbólico le brinda al adolescente la pauta para asegurar el término de dicho transitar.

Como se ha dicho anteriormente, lo que ha colaborado con la declinación de la figura paterna es lo que atraviesa transversalmente a todo el mundo; el discurso capitalista. Este discurso ha promovido a una sustitución de la ley del padre por una ley del mercado. La sociedad de consumo crece día a día. El discurso capitalista fomenta la ilusión de una posibilidad de completud, como si fuera posible evitar el *displacer*, haciendo que la búsqueda

permanente de placer sea un problema central en la cultura. Frente a este panorama es acertado interpelar acerca de qué modo sustituyen hoy los adolescentes la autoridad paterna.

Los jóvenes de hoy ya no acuden al Otro del saber al que no respetan, sino a lo que tienen en su bolsillo, sus pequeños- falsos- objetos a, los gadgets, objetos prediseñados que la sociedad capitalista ofrece. En internet, a través de las redes sociales, en constante renovación para esquivar la mirada indiscreta adulta-, donde los jóvenes canalizan su malestar, las dudas sobre su identidad, donde hacen evaluar su imagen, sus looks o sus gustos, haciéndose reconocer o rechazar, por sus semejantes, en una sociabilidad algunas veces solo virtual e imaginaria. (López, 2019, p. 49).

En la actualidad, las redes sociales intervienen en el modo en que los jóvenes construyen sus identidades y moldean y significan sus prácticas cotidianas, así como en las maneras en que se vinculan e interactúan con el mundo. Con el uso de dichas plataformas se habilitan posibilidades de expresarse y relacionarse y también operan como espacios en donde se juegan significativas pertenencias e inclusiones a los grupos de sociabilidad (Lemus 2016). Frente a las redes, las fronteras de lo privado y lo público se diluyen, la intimidad como espectáculo, lo tecnológico forma parte al mismo tiempo y de manera difusa de lo íntimo y lo común en una comunicación virtual que permite que no haya pausas, intervalos ni demoras.

Los jóvenes centennials o millenials son aquellos que tienen incorporado desde su infancia los dispositivos tecnológicos, por lo que, frente a esta situación, se refugian en las pantallas para suplir dicha falta. Ante el declive del significant Nombre del Padre, la trama ficcional ofertada por el discurso de la tecnociencia ofrece nuevas formas de filiación, como ha de ser la figura del influencer.

10

Esta declinación es digna de indagación, ya que, si la función paterna ha perdido su lugar preponderante, es necesario que exista algo o alguien que brinde al adolescente la posibilidad de alojarse en un espacio. La inmersión en un espacio y lugar otorga un sentido de pertenencia. A raíz del mismo se delimita lo que es propio de lo que es ajeno, lo conocido de lo desconocido, lo necesario de lo indiferente, nociones que posibilitan la construcción de identidad. Tras la existencia de la figura del influencer se podría pensar a la misma como una herramienta de trabajo adolescente frente a la declinación paterna propia de dicha era posmoderna, brindando un espacio virtual de intercambio, dedicado exclusivamente a las demandas de los jóvenes. Para que dicho espacio sea eficiente debe ofrecer coordenadas de identidad que inevitablemente están enlazadas a las exigencias y estereotipos vigentes.

Sentido de pertenencia:

Si los influencers se configuran como modelos ideales a los que aspiran alcanzar los jóvenes, y como herramienta de ayuda para enfrentar la declinación paterna, resulta oportuno indagar las características particulares de dichas figuras. Influencer refiere a la capacidad que tiene una persona de influir en un determinado colectivo para modificar sus opiniones; esta audiencia sigue sus pasos de manera incondicional y admiran y comparten su estilo de vida. (Pérez y Campillo, 2016). Estas figuras trabajan mediante las redes sociales, las mismas son páginas web que permiten a los individuos crear perfiles personales visibles para los otros, utilizando dicho sitio para establecer o incrementar una red de comunicación online.

Por lo general, son sujetos que comienzan realizando en sus plataformas diversos tipos de contenido solo por diversión, tanto en Instagram, twitter, facebook, youtube, etc. En determinado momento su contenido empieza a sumar followers (seguidores) y likes (me gusta), es decir, comienzan a hacerse conocidos por un gran número de personas. Incluso son contratados por diversas empresas de marketing con el fin de promocionar, vender o realizar canjes, con el objetivo de que el producto que publicitan llegue a su comunidad de seguidores, y repercuta de manera benéfica en su consumo. El consumidor se encuentra expuesto en su actividad diaria a multitud de mensajes publicitarios a través de diversos canales y plataformas. Entre todos esos canales la opinión y la recomendación de una figura famosa o reconocida, ocupa un puesto primordial a la hora de tomar decisiones en la elección de compra, por eso es que los influencers son tan demandados en la industria del marketing. La elección del influencer es un factor clave para garantizar el éxito y conseguir los objetivos empresariales, dentro de la planificación de la estrategia comercial.

Pero estas figuras no solo influyen en el consumo, sino que dejan su huella en las conductas y acciones cotidianas de la mayoría de la población. Si bien, dicha repercusión alcanza a personas de todas las edades, múltiples estudios han demostrado que son los adolescentes los que más cautivos quedan en sus redes.

Dicha figura nace como resultado de los contextos de época, es decir que son efectos del discurso, son reclamados por los diversos sectores sociales, su trabajo se ha vuelto esencial. Frente a esta demanda, ellos se encuentran con el trabajo de responder de la mejor manera posible a las exigencias culturales.

Como parte central de su trabajo, lo que buscan los influencers, es compartir las mejores fotos, los vídeos más elaborados, contribuir más a una comunidad o ser un partícipe más activo. Lo que se exterioriza a través de las redes sociales, es solo la mejor parte de sí mismo, es decir, en la gestión del propio perfil, estas figuras aplican importantes niveles de selectividad a la hora de realizar ciertas publicaciones, de manera tal que éstas favorezcan su

11

imagen personal en todos los aspectos, compartiendo de manera compulsiva prácticamente todas las actividades del día. Este escaparatismo al que se expone este tipo de usuario, responde a un modelo de sociedad virtual, simplificada y hedonista, en la que tener pruebas (imágenes o vídeos) del éxito social es el único modo de mantener la popularidad y ser visible. Como consecuencia de esto se observa una verdadera aprehensión en la actualización del propio "estatus", actualización constante que sirve de testigo de cada cambio o novedad que esté ocurriendo o que va a ocurrir en la experiencia del sujeto, y que se necesita publicar y mostrar para ser visible y así existir en la red. (Del Petre & Pantoja, 2020).

El engaño sobre el estilo de vida ideal y perfecto que intentan demostrar estas figuras, no solo es percibido por los adultos, sino que los mismos adolescentes están al tanto de dicha falacia, no hay que desestimarlos. Sin embargo, a pesar de tener pruebas fehacientes, ya sea por conocer a alguien cercano que sea influencer, o porque han tenido la posibilidad de escuchar alguna nota o entrevista donde se desmiente la realidad plasmada por esta figura, no resultan ser suficientes pruebas para que los jóvenes se desvinculen de

ellos. Si los adolescentes perciben cierto engaño en la vida de estos personajes ¿Por qué buscan imitarlos? ¿Qué obtienen de ellos?

Se puede pensar que la fortaleza de su influencia radica en que dichas figuras les otorgan la posibilidad de pertenecer. En su infancia, los adolescentes, contaban con un sentido de pertenencia que era brindado y determinado por las figuras que se encargaban de satisfacer sus cuidados vitales biológicos y afectivos. Sin embargo, cuando comienza a plasmarse el pasaje de la endogamia a la exogamia, este sentimiento se disuelve y comienzan a aparecer partículas compuestas de desconcierto, dudas y temores. Para detener este desconcierto, se incorpora al influencer. Siendo aquel que brinda diversos modos de ser en el mundo, exhibiendo opciones, y junto a ellas, posibilidades. Los influencers son la herramienta que ofrece la cultura contemporánea para constituir el sentimiento de pertenencia por fuera de la familia. Esta función es tan importante porque si no pertenecen a ningún colectivo no pueden conformar su identidad; no pueden saber quiénes son; qué les gusta; qué los hace feliz; qué los incentiva; qué motoriza su deseo, como así tampoco qué es aquello que no les gusta; qué prefieren evitar; qué no están dispuestos a soportar.

Hoy en día, las redes sociales son el mayor consumo que brinda la sociedad, y los adolescentes poseen una fluida administración y manejo de las mismas. Entre los adolescentes y los adultos se conforma una brecha generacional constituida por la innovación tecnológica. A raíz de esta brecha comenzaron a utilizarse dos términos que permiten plasmar diferencias entre ambos rangos etarios: nativos digitales, e inmigrantes digitales. Los nativos digitales son aquellos niños y adolescentes que han nacido sumergidos en las nuevas tecnologías, y aman la velocidad cuando se trata de lidiar con distinto tipo de información. Además, son capaces de realizar varias tareas a la vez, con el objetivo de optimizar sus tiempos. Prefieren el universo gráfico al textual, como también el acceso aleatorio e hipertextual a la información en vez del lineal propio de la secuencialidad, el libro y la era analógica. Funcionan mejor cuando operan en red, y lo que más aprecian es la gratificación constante y las recompensas permanentes. Los inmigrantes digitales, son aquellos adultos que han tenido que amoldarse poco a poco a las nuevas tecnologías, la incorporación de las mismas conlleva un trabajo dificultoso y muy estresante para la mayoría. También prefieren la linealidad, el orden y la secuencia a la hora de realizar sus tareas (Piscitelli, 2009).

Por lo tanto, son las redes sociales el lugar donde más tiempo pasan estos nativos digitales, y donde más cómodos se sienten, ya que conforman un espacio, no físico, sino virtual, pero espacio en fin, que permite alojarlos, y brindar un sentido de pertenencia.

12

Al comprobar que los influencers generan un fuerte impacto en la vida de los adolescentes, y que su identidad está tramada con el consumo de los mismos, podría resultar enriquecedor interrogar acerca de sus particularidades, dar cuenta de las características que permiten brindarle un estatus tan elevado a nivel social. Como primer rasgo a rescatar se puede plantear la edad de los mismos; suelen ser sujetos muy jóvenes, mayoritariamente adolescentes, al igual que el público que más los consume. El compartir la edad es clave, ya que al mismo tiempo están compartiendo una serie de particularidades propias de la época que viven, es decir, comparten la música, la cinematografía, los sitios webs de moda, las aplicaciones, los lugares de reunión, los problemas sociales a nivel

nacional y mundial y las preocupaciones que eso conlleva.

Entrelazado con este punto, como segunda característica, se podría plantear el beneficio de un acceso económico. Si bien varios de los influencers son adolescentes, se encuentran en un estado de excepción frente a la imposibilidad de trabajar que rige para todos los menores en Argentina. Es decir que forman parte de una población que goza excepcionalmente de cierto beneficio económico, beneficio que varios jóvenes buscan alcanzar pero que es inasequible. Dicho carácter de excepcionalidad fomenta el polo identificador y el anhelo de varios jóvenes de querer trabajar en esta profesión.

En relación con lo expresado previamente se podría pensar que otra de sus características tan particulares radica en el estilo de vida que llevan a cabo, conforme con lo que promueve el consumismo. El consumismo es una actividad que no se restringe a lo meramente material, sino que implica una dimensión simbólica del acto de consumir, dicho acto es producto de la mutación histórica que está en curso, y que se ha profundizado con el inicio del siglo veintiuno. El consumo no deja por fuera edades cronológicas, sino que, por el contrario, se arraiga a diferentes opciones dependiendo de las edades. Particularmente en la adolescencia, la atracción por el consumo, estimulada por la publicidad, se encuentra en auge. Frente a la angustia que conlleva la metamorfosis de la adolescencia, el mercado ofrece un camino contra el sufrimiento y un encuentro con la felicidad, y una de las herramientas con las que cuenta para realizarlo, son los influencers. Ellos muestran un estilo de vida que implica lucir las mejores vestimentas, poder hacer viajes lujosos y recorrer numerosos lugares, asistir a fiestas y bares populares, es decir, muestran un estilo de vida del que todos los jóvenes desearían participar. Esto aumenta la elección de colocarlos en el lugar del ideal que buscan alcanzar.

Otra de las particularidades consiste en su discurso. El discurso es su herramienta de trabajo, ya que ellos logran vender, mostrar o promocionar determinados productos mediante sus palabras. Para ello en primer lugar deben lograr captar la atención del público, y lo harán mediante la argumentación y exageración de los beneficios del mismo. Su discurso adquiere credibilidad a partir del reconocimiento que obtengan en sus plataformas, es decir, mientras más seguidores, likes, y comentarios, mayor credibilidad a la hora de influenciar a los jóvenes. Los likes y seguidores suelen ser muy importantes hoy en día, dan cuenta de la llegada que se puede tener con un público. La aceptación de la comunidad de seguidores repercute tanto en los influencers de modo profesional, como en el resto de los jóvenes en su vida cotidiana. Los likes se vuelven un modo de evaluación para ser más aceptado o reconocido, son una especie de retroalimentación positiva frente a determinada publicación, es decir, les indican que están haciendo las cosas bien, produciendo de este modo una satisfacción inmediata. Como resultado, parecería ser que el valor de las personas se mide por la cantidad de seguidores y likes que logran captar.

Conclusión:

La época posmoderna tiene como estandarte mantener una buena imagen, aún contra las leyes de la propia naturaleza. Verse joven y apuesto se ha vuelto un imperativo. La superficialidad se ha puesto de moda, lo importante ya no reside en ser feliz, sino en

lograr aparentarlo. El querer pertenecer, ser aprobado y querido, son sentimientos que siempre han estado presentes, sin embargo, la novedad radica en que hoy en día el recurso más valioso para serlo es meramente estético.

En las adolescencias se vive el cuerpo como una fuente de identidad, la satisfacción de los jóvenes dependerá de la percepción que se tenga del mismo, si cumple o no con los cánones de bellezas impuestos social y culturalmente. En los últimos tiempos se ha desplegado cierta tendencia a la homogeneidad, encerrando en un conjunto determinados estilos, accionares, gustos, consumos, que todos los adolescentes deben adoptar, de lo contrario, quedarán excluidos de la masa.

Los nativos digitales tienen como referentes a personas de su misma edad, los influencers, figuras que están provocando grandes movimientos sociales. Ellos observan en sus modelos a seguir determinados comportamientos en las plataformas, que están reforzados positivamente por la sociedad, dicho reforzamiento está comprobado por los likes. Los “me gusta” determinan la aprobación, son el motor de las redes sociales. Se trata de una forma de mantener popularidad, y de plasmar una idea exagerada de felicidad y disfrute de diversos momentos.

A raíz de dicha ilusión, se da lugar a una identidad virtual, identidad que puede incluso contraponerse a la propia identidad real. Dicha realidad es propietaria de una credibilidad tan fuerte que sumerge a los adolescentes en un mundo fantasmagórico. La cultura de la mostración genera un espectáculo que solo muestra cierta realidad determinada.

Con el neoliberalismo se produce una impronta de individualidad que se expone con crueldad, donde las competencias y el ímpetu de superioridad, se han exacerbado. Pareciera ser que solo hay lugar para unos pocos, aquellos que están adaptados al estereotipo social. Ser auténtico ha dejado de ser un mérito, cada día es más difícil mostrar lo personal y propio de cada uno, se produce cierta resistencia frente a la intimidad y profundidad de sentimientos, reflexiones y deliberaciones. Los adolescentes se ven llevados a reflexionar cada accionar ¿qué dirán o qué pensarán los demás? ¿Seré aceptado?

En síntesis, como consecuencia de lo comentado previamente, y con el objetivo de responder positivamente a las demandas culturales, se afirma que los adolescentes participan de identificaciones que son inminentes durante el proceso de construcción de identidad. Dichas identificaciones suelen estar dirigidas a sus pares, con quienes comparten una serie de características propias de la edad. Sin embargo, la novedad del presente escrito radica en contemplar un nuevo modelo identificatorio propio de la contemporaneidad, se trata de identificaciones virtuales, cuyos protagonistas son los influencers. Ellos cuentan con una serie de características peculiares, que les permiten posicionarse en el lugar de ideal. De este modo,

los jóvenes, durante el atravesamiento activo que implica la adolescencia, buscarán identificarse con dichas figuras.

- Aberastury A. y Knobel M. (2012). *“La adolescencia normal. Un enfoque psicoanalítico”*. México: Paidós.
- Del Petre, A. y Redon Pantoja, S. (2020). *“Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad.”* En *Psicoperspectivas vol. 19 no. 1*. Valparaíso. □ Freud, S. (1985). *Introducción del narcisismo* (Vol. XIV). Buenos Aires: Amorrortu. □ Freud, S. (1985). *Psicología de las masas y análisis del yo* (Vol. XVIII). Buenos Aires: Amorrortu.
- Freud, S. (1998). *Tres ensayos de teoría sexual* (Vol. VII). Buenos Aires: Amorrortu. □ Freud, S. (1915). *Duelo y melancolía* (Vol. XIV). Buenos Aires: Amorrortu. □ Lacan. (2006). *La angustia*. Buenos Aires: Paidós
- Ladame, F. (2001) ¿Para qué una identidad? O el embrollo de las identificaciones y de su reorganización en la adolescencia. *Revista Adolescencia e identidad. Asociación Psicoanalítica de Buenos Aires, Vol. XXIII N°2. P. 405-410.*
- Lage, C. Suarez, A. y Yanni, V. (2015). *“La Hiperconectividad en adolescentes. Uso del smartphone. Hábitos, frecuencia de uso y niveles de apropiación”*. Tesis de grado. Universidad Nacional de Mar del Plata. Mar del Plata.
- Le Breton, D (2014) *Una breve historia de la adolescencia*. Buenos aires: Nueva visión. □ Levin, E. (1991). *La clínica psicomotriz. El cuerpo en el lenguaje*. Buenos Aires: Nueva visión.
- López, G. (2019). *Adoles (seres). La orientación a lo real en la clínica psicoanalítica con adolescentes*. Buenos Aires. Grama.
- Luterau, L. (2019). *Esos raros adolescentes nuevos*. Buenos Aires: Paidós. □ Mannoni, O. y otros autores. (1992). *La crisis de la adolescencia*. Barcelona: Gedisa. □ Pérez, M. y Campillo, C. (2016). *Influencer engagement, una estrategia de comunicación que conecta con la generación millennial*. (Trabajo de fin de grado, Universidad de Alicante). Recuperado de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/57327/1/Estrategia_de_la_publicidad_y_de_las_relaciones_publicitarias_PEREZ_CONDES_MONICA.pdf
- Piscitelli, A. (2009). *Nativos digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva, participación*. Buenos Aires: Santillana.
- Real Academia Española. (2020) (s.f.). Cultura. *En Diccionario de la lengua española*. Recuperado en 10 de septiembre de 2021, de <https://dle.rae.es/identidad>. □ Rodolfo, R. (2005). *Estudios Clínicos. Del significante al pictograma a través de la práctica psicoanalítica*. Buenos Aires: Paidós.
- Urribarri, R. (2015). *Adolescencia y clínica psicoanalítica*. Buenos Aires: Fondo de cultura económica.