

La pantalla como lugar de conformación del “yo”. Un análisis de la identidad posmoderna adolescente

THE SCREEN AS A PLACE FOR SHAPING THE “I”. AN ANALYSIS OF POSTMODERN ADOLESCENT IDENTITY

ABSTRACT

The screen pervades all spaces, both public and private. It possesses the gift of ubiquity, so it will undoubtedly affect the interactions, socialisation and individual and collective identification of each individual. The present study is the result of a research project that exposes the relevance of understanding the screen as a new place for shaping the contemporary “I”, a space that generates identity archetypes that young people adopt as symbolic references of their repertoires of subjectivity. In this regard, a journey is made through the analysis of, mainly, three current series on *streaming* platforms in order to link the theoretical content with the representation that is made from visuality, making a comparison between discourse and image. In this sense, the research has allowed us to elaborate a space of confluence of drifts and theoretical reflections that have ended up highlighting the power of visual content as a generator of identity content in our postmodern era.

Keywords: Visual narratives, serialised productions, subjectivity, youth period

RESUMEN

La pantalla inunda todos los espacios, tanto públicos como privados. Posee el don de la ubicuidad, por lo que, sin duda, afectará a las interacciones, socialización e identificación individual y colectiva de cada persona. El presente estudio recoge el desarrollo de una investigación que expone la pertinencia de entender la pantalla como un nuevo lugar de conformación del “yo” contemporáneo, un espacio que genera arquetipos identitarios que la juventud adopta como referentes simbólicos de sus repertorios de subjetividad. A este respecto, se realiza un recorrido a través del análisis de, principalmente, tres series actuales en plataformas de streaming para, de esta manera, poder enlazar el contenido teórico con la representación que se hace desde la visualidad, realizando una comparativa entre discurso e imagen. En este sentido, la investigación nos ha permitido elaborar un espacio de confluencia de derivas y reflexiones teóricas que han terminado poniendo de manifiesto el poder del contenido visual como generador de contenido identitario en nuestra época posmoderna.

Palabras clave: Narrativas visuales, producciones seriadas, subjetividad, período juvenil

1 INTRODUCCIÓN: A TRAVÉS DEL ESPEJO

En 1865, Lewis Carroll escribía la obra literaria *Las aventuras de Alicia en el país de las maravillas*, en ella nos relataba la historia de una niña que se sumerge en un viaje imaginario y fantástico, el cual termina siendo, simplemente, un sueño. Años después, en 1871, el autor escribe una continuación de la novela, *A través del espejo y lo que Alicia encontró allí*. En este caso, la historia juega continuamente entre lo que es sueño y lo que es realidad, intentando descubrir los límites entre ambos conceptos. Escribía Carroll: “..., la vida, acaso, ¿no es más que un sueño?” (Carroll, 1885, p. 165) y, en cierto sentido, en la sociedad contemporánea que habitamos cuesta distinguir lo que es una cosa de lo que es otra. Porque los límites entre realidad y ficción, entre el mundo *offline* y *online* se han desdibujado y algunas personas se han terminado perdiendo en su propio reflejo. Nos encontramos viviendo como Alicia a través del espejo, jugando a retocar y adornar nuestra vida, convirtiéndola en una representación que trata de acercarse a ese “país de las maravillas”.

Nos encontramos en un momento histórico y cultural que se muestra de rostro incierto: tras la pandemia de la Covid-19, el posterior confinamiento, el aumento del teletrabajo, de las clases online y la necesidad de distanciamiento social, han contribuido a dibujar una imagen del presente que se aleja del pasado que conocíamos. Coincidimos con Fontcuberta (2016) al decir que las personas nos situamos en un presente de cambios, totalmente fugaz e inestable que conlleva la abolición del pasado y acarrea el descrédito del futuro. En este escenario, se nos habla de una “modernidad líquida” (Bauman, 2006, p. 5) en la cual las certezas del pasado se han desvanecido y la fluidez y velocidad se han vuelto nuestras compañeras de viaje.

Esta fluidez del mundo líquido se hace latente en nuestra manera de convivir y relacionarnos con los demás, la cual no solo ha cambiado sino que ahora se ajusta a una interacción online que responde al número de notificaciones recibidas en nuestros teléfonos móviles. La realidad se empieza a parecer a las novelas de Lewis Carroll, pero el espejo a través del cual observamos nuestra vida tiene forma de pantalla. Del mismo modo, esa fluidez del mundo líquido no solo se aprecia en la sociedad sino que también influye en el propio individuo y en su manera de autodefinirse. Hemos transformado nuestra vida en un gran espectáculo que transcurre entre las redes sociales y la omnipresencia de pantallas. El gran público vitorea y nos sentimos bien, así que hacemos lo que haga falta para que no deje de aplaudirnos.

Hablamos de una época en donde la presencia del relato subjetivo y el “yo ficcionalizado” (Crisóstomo, 2019) termina completando al sujeto en términos identitarios. Nos encontramos en un desierto metafísico en donde el nosotros se termina constituyendo virtualmente. Por lo que podríamos pensar que la identidad contemporánea actual se acerca más a la subjetividad, formándose en una superficie editada en la cual la representación digital nos impide ver dónde termina el yo y dónde comienza la imagen (Arda, 2011).

Deberíamos establecer, por tanto, la relación existente entre identidad y subjetividad, separándonos del viejo esquema que definía la identidad como una entidad individual que permite al individuo ser idéntico a sí mismo. Porque, como iremos viendo a lo largo del artículo, la identidad que estudiamos se presenta como algo inestable y en perpetuo cambio, lo que nos llevaría a una contradicción constante, acercándonos inevitablemente al concepto de subjetividad.

A este respecto, desde esa inestabilidad, consideramos que en la actualidad, se hace necesario prestarle especial atención a las cuestiones identitarias desde el ámbito de la programación televisiva y, más concretamente, desde las plataformas de *streaming* debido al fuerte incremento de su uso, sobre todo, tras el confinamiento por la pandemia de la Covid-19, como observó Judith Vives en un artículo de *La Vanguardia* el 1 de octubre de 2020. Debemos entender que la programación televisiva, las series, los medios de comunicación y todo aquel contenido audiovisual que consumimos influyen en los telespectadores de una u otra manera, por lo que presentará repertorios de la subjetividad que la juventud actual podrá incorporar en su imaginario estético.

2 ANTECEDENTES: A TRAVÉS DEL DISCURSO

Como nos relata Josep María Català-Domènech (2008) en su libro, *La forma de lo real: introducción a los estudios visuales*, en la mitología griega se erige uno de los mitos fundacionales de lo visual. Una leyenda que nos muestra a un joven de nombre Narciso, el cual se enamora de su propia imagen reflejada en la superficie de un lago y al acercarse a ella, cae al agua y muere ahogado. Una muerte que se justifica en la propia vanidad del sujeto y que nos dibuja la imagen como un símbolo de engaño, con una carga negativa que se apoya en la ilusión óptica y que promueve la idea de peligro en torno a lo visual (Català-Domènech, 2008). Un peligro que, en la actualidad, ha tomado mucha fuerza debido a la creciente y obsesiva demanda de imágenes. Sin duda, la imagen se ha vuelto un bien necesario en nuestra época contemporánea, un elemento que se apoya y justifica en nuestra sociedad con vistas al exterior, en el reflejo continuo y permanente del mito de Narciso llevado al presente.

La pantalla inunda todos los espacios, tanto públicos como privados. Posee el don de la ubicuidad, por lo que, sin duda, afectará a las interacciones sociales, a los modos en que las personas nos experimentamos tanto de manera individual como colectiva (Pindado, 2006) y, por supuesto, a las nociones del yo que elabora cada individuo. La pantalla se vuelve espejo y nosotros, inconscientemente, somos el reflejo. Un reflejo generado dentro de una sociedad de espejos, dentro de una sociedad en la que cada persona se observa y es observada, una sociedad que promueve el capitalismo de la diferencia. A todo ello habría que sumarle un contexto mediático que se encuentra con una amenaza permanente de la “posverdad²” (Escaño, 2019b). Como explica Fernández-Montesinos (2018), la posmodernidad ha supuesto la pérdida de horizontes y referencias, lo cual se ve acentuado, a su vez, debido a la globalización. Este escenario de crisis referencial y “neodecadentismo³”, provoca un sentimiento de deriva y carencia de certezas que subyace en la idea de posverdad.

Gómez-Rodríguez (2019), en su tesis doctoral *La realidad en la ficción: Las preocupaciones de los españoles en las series de televisión (1990-2010)*, nos expone que el medio visual podría abrir nuevos horizontes al mostrar diferentes alternativas de conocimiento que pueden diferir de aquel contenido cultural al que normalmente se accede (Gómez-Rodríguez, 2019). Aunque señala que se debe supervisar aquello que consume la juventud para no caer en un limbo conceptual precoz para el cual pueden no estar preparados.

Tener todo a un clic de nuestra mano es sumamente delicado, porque el inconveniente del libre acceso a la información es que ni toda es válida o cierta, ni nosotros somos capaces de

entenderla. En la era de la “postdigitalidad⁴” (Esaño, 2019a) nos hemos vuelto esclavos de lo visual y la imagen constituye el espacio social de lo humano (Fontcuberta, 2016), alimentándonos con cucharadas de opinión, aún sin ni siquiera ser conscientes de ello. Los fenómenos como las *fake news* o la lluvia de filtros en las redes sociales nos muestran en qué medida los elementos de la posverdad estimulan la duda e impactan en la percepción y representación de la realidad, afectando especialmente al público adolescente.

Algunas investigaciones consideran que el contenido visual podría tener un poder simbólico que terminaría sustituyendo a las experiencias reales (Thompson, 1998). Otros estudios, un tanto más prudentes, opinan que aun no pudiéndose negar la importancia de este contenido, su contribución sería complementaria de lo real (Gardner y Davis, 2014). Y un grupo más reciente reflexiona sobre los peligros de las pantallas durante la infancia y adolescencia (Desmurget, 2020). Por nuestra parte, nos posicionamos más en las dos últimas líneas de investigación y consideramos que se debe analizar el papel que asignamos a los medios visuales en la construcción de la identidad adolescente posmoderna.

Esta línea de investigación ha sido abordada desde diversas perspectivas. Algunos estudios han buscado realizar un análisis crítico del poder de las imágenes mediáticas durante la niñez y la adolescencia (Macedo y Steinberg, 2007). Otros, en cambio, han enfatizado el poder de las imágenes como constructo social (Buckingham, 2002). Y un grupo más próximo a nuestra línea de interés se ha preocupado por la influencia de estos productos visuales en la propia identidad (Gómez-Vargas, 2016). En este contexto, partimos de investigaciones previas que muestran cómo la juventud adolescente utiliza lo audiovisual para entender y comprender su sociedad, para extraer opiniones y modos de actuación y para buscar referencias visuales con las que construir su propia identificación personal y social. Nos centraremos, específicamente, en las series de televisión debido a su conformación como espejo social de la realidad, ya que la juventud otorga a la ficción no solo una función de entretenimiento o informativa, sino una función social que repercutirá en sus interacciones cotidianas (Fedele, 2011).

3 METODOLOGÍA: A TRAVÉS DE LA IMAGEN

La identidad es estética, es un relato literario, una historia narrada en primera persona pero compuesta de manera colectiva, es constantemente atravesada por las historias o voces de aquellas personas que colaboran con sus propios relatos en la narrativa social. En este caso, hemos considerado que la mejor manera de abordar la identidad y su construcción por medio de la cultura visual es a través de las historias y de los relatos que puedan surgir de estas. Es decir, a partir de las referencias (audio)visuales y su contenido identitario.

Este estudio se apoya en el discurso visual y trata de dar cuenta de cómo la identidad adolescente es afectada en relación con la visualidad por lo que, para construir el marco metodológico se sigue la indagación narrativa y se incluye los “sistemas de análisis de contenido y analítica cultural” propuestos por Rose (2019) dentro de sus métodos visuales de análisis. De esta manera, se pretende interpretar el efecto de las imágenes en los espectadores, a partir de la frecuencia del contenido visual en la muestra seleccionada, para hacer especial incidencia en la conformación de los repertorios de subjetividad como aspectos estructuradores de la mirada.

Para construir el marco de pensamiento, seguimos los procesos del diseño especulativo e incorporamos la ficción como material de diálogo para reflexionar críticamente sobre la construcción identitaria. La incorporación de la ficción nos permite generar desplazamientos conceptuales y temporales, creando una narrativa ficcional y referencial que va engarzando fragmentos de relatos de las series de *streaming* con reseñas teóricas para componer nuestro análisis. Las series elegidas se escogieron siguiendo un parámetro de contenido a partir de sus gramáticas visuales. Se seleccionaron aquellas series que abordan, específicamente, el período adolescente, que tienen una cierta contemporaneidad y que muestran referencias identitarias diversas. Estos patrones nos permitieron elaborar un criterio común para conformar nuestro grupo de estudio

Esta investigación se fundamenta, por tanto, en las imágenes en forma de series, las cuales van componiendo el relato identitario adolescente para mostrar la historia e influencia que adquiere la cultura visual en nuestra era posmoderna. En este sentido, la visualidad nos ha permitido elaborar un espacio de confluencia de derivas y reflexiones teóricas que han terminado tomando la forma de este artículo y poniendo de manifiesto el poder de las imágenes como generadoras de contenido identitario en nuestra época postdigital.

4 DESARROLLO: A TRAVÉS DE LA (IM)POSIBILIDAD

Según la RAE, *identidad* se entiende como “conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás” (Real Academia Española, s.f., definición 2). Nos encontramos con un concepto polisémico, el cual recoge hasta cinco definiciones distintas dentro del mismo diccionario. Diversos autores y autoras han escarbado entre los límites de esta palabra, buscando una manera de entender y concretar la abstracción que la envuelve. En esta búsqueda, Carolina De la Torre (2001) escribe un libro titulado, *Las identidades. Una mirada desde la psicología*, en él nos expone que la identidad no solo está ahí para ser descubierta, sino que necesita ser pensada, reconocida, establecida, negociada y aceptada en un proceso que nunca acaba.

Este reconocimiento, este proceso, ha acompañado al ser humano desde la hominización hasta la actualidad. La necesidad de definirnos, de nombrarnos, de querer saber *quién soy yo* y que me hace *no ser ni él ni ella*, nos ha perseguido durante la historia de la humanidad cogida de la mano de las grandes mentes de todos los tiempos. Pero ni siquiera estas personas parecen haber hallado una respuesta al dilema, al menos no una que satisfaga nuestra necesidad, que pudiéramos considerar como válida ni suficiente, como segura ni única. Lo que termina creando un laberinto de opciones que sigue creciendo cada día y que nos plantea, desde diversas ramas del conocimiento, términos como este tan ambiguo y preciado de la identidad y del ser.

4.1 El yo craquelado. La posmodernidad

En la investigación realizada por Javier Sicilia (2019), el autor establece un recorrido por el concepto de identidad desde la premodernidad hasta la posmodernidad pasando por la modernidad e, identificando las distintas problemáticas derivadas de los nuevos modos de

vida contemporáneos. Sicilia (2019) señala que con la posmodernidad surge un nuevo tipo de individuo, un sujeto que se separa de aquellas certezas establecidas en los períodos anteriores, lo que él denomina: “la caída de los grandes relatos, la incertidumbre y el problema de la identidad” (Sicilia, 2019, p. 28). Esta situación generará una crisis de sentido que derivará en una sensación de desplazamiento e inseguridad que provocará, a su vez, la alusión continua y frenética a la pregunta “¿quién soy?”.

Esta fragmentación, esta sensación de craquelado se hace visible en nuestro día a día. Algunos estudios indican que “la profusión de los mensajes e imágenes mediáticas han disuelto el yo como unidad coherente” (Thompson, 1998, p. 298). En la serie *Heathers: Escuela de jóvenes asesinos* (2018) se puede observar esta necesidad frenética de adquirir una identidad sólida e inmutable. La protagonista que roza la psicopatía se somete a un bucle de preguntas constantes: ¿quién eres, qué es ser buena persona, qué significa ser alguien y sentir algo... Una dinámica autodestructiva que terminará con la necesidad de “no ser nadie” (Micallef, 2018), sus últimas palabras antes de morir.

Poniendo otro ejemplo, en la serie de Netflix *13 Reasons Why* (2017) se establece un diálogo que muestra esa preocupación por la necesidad de mantener una imagen concreta y estable en el instituto, una imagen que el resto de personas acepte y valore (Yorkey, 2018). En la serie *Love, Victor* (2020) explican la importancia de adquirir una identidad durante el instituto. Uno de los personajes lo explica desde su historia personal, relatando cómo un hecho concreto le marcó no solo cómo le llamarían el resto de cursos, sino también, cómo lo verían y él se sentiría por ello. Este personaje añade una interesante reflexión sobre ser nuevo en un entorno, una posibilidad que te permite ser quien te dé la gana ser, el personaje dialogará con su amigo: cuando nadie te conoce “tu lienzo está en blanco, los trazos que pintes hoy definirán quién quieres ser. Así que, ¿quién eres Víctor?” (Aptaker y Berger, 2020).

La eterna pregunta “¿quién soy?” sigue afectando y enfrentando igual, o incluso más, que a generaciones anteriores. Los estudios sobre la identidad reconocen que este concepto se debe a una “co-construcción entre el individuo, sus entornos y sus relaciones” (Hernández-Hernández y Sancho-Gil, 2020, p. 37). Esta concepción de la identidad como una construcción histórica, social, cultural y relacional, dibuja un camino direccional que se enlaza con las ideas de Braidotti (2013/2015), guiada por el recorrido de Haraway (1991), sobre la relación encarnada en las prácticas vitales e históricas que configuran los cuerpos. Braidotti y Fischer-Pfeiffer (1994/2015) exponen así la subjetividad desde una perspectiva nómada que surge a partir del reconocimiento de nuestros tránsitos e hibridaciones individuales y colectivas. La subjetividad se configuraría, de esta manera, como indicativa de nuestra época actual, acogiendo esa sensación de no linealidad y de movimiento, de proceso relacional encarnado que permite y posibilita el desplazamiento desde la identidad hasta la subjetividad.

Durante la adolescencia y pubertad se desarrolla y toma importancia el propio sujeto, la reafirmación de la personalidad y la diferenciación con el resto de individuos, pero deberíamos plantear cómo se conforma y personaliza esa identidad en un mundo que no para de generar “identidades globales prefabricadas” (Gardner y Davis, 2014, p. 70). Algunos autores consideran que la generación que está hoy en las aulas es considerada como nativa digital (Gardner y Davis, 2014) debido a que ha nacido y crecido con el conocimiento de los ordenadores, móviles, Internet... y no se plantea una vida sin estos recursos. Otros, en cambio, señalan que ese colectivo competente y digitalizado no existe, y que la “generación Internet” se refiere más a una minoría que a otra cosa (Desmurget, 2020).

Se debe entender que la amplitud de la información podría terminar generando un despliegue de mensajes inconexos que pueden provocar la falta de unidad y coherencia en cada individuo. La sociedad actual al modificar su manera de convivir y relacionarse con los demás –debido al auge de las tecnologías, Internet y, en especial, las redes sociales– también ha reestructurado los encuentros sociales. Estos se han empezado a distanciar de la realidad *offline* y se han empezado a mover en entornos en línea, la interacción entre las personas ha dejado de ser corpórea, para camuflarse en unos límites en los que no se revela ninguna de las características físicas de las personas que se relacionan. El anonimato ha permitido construir un medio de posverdad en el que emerge un nuevo modo de producción de la identidad contemporánea.

Esta sensación de ser anónimo y la sensación de libertad que ello acarrea se puede observar en series como: *Gossip Girl* (2007), *Pretty Little Liars* (2010), *Control Z* (2020) u *One of Us Is Lying* (2021). En las cuatro producciones la trama gira en torno a un grupo de adolescentes, los cuales se ven amenazados por un personaje del que se desconoce su identidad y actúa como un ente poderoso que todo lo ve y todo lo sabe. La posibilidad de no ser nadie se hace visible a través del poder de acción. Al eliminar el rostro la persona pierde el miedo y actúa sin remordimientos.

En su libro, *La masa enfurecida. Cómo las políticas de identidad llevaron al mundo a la locura*, Douglas Murray (2020) nos explica que ha desaparecido el espacio, antes existente, entre el lenguaje público y privado, ahora todo lo que hacemos y vivimos lo hemos vuelto público y lo que es peor, validable por el resto de usuarios que nos ven en todo momento. En la serie *13 Reasons Why* (2017), van incluso un paso más allá y nos plantean como una sociedad de acosadores, nos muestran que siempre seguimos a alguien o ese alguien nos sigue (Yorkey, 2017). Facebook, Twitter e Instagram nos han dado los medios para acosar virtualmente. Nos encontramos en un momento nunca antes visto, en el tiempo del “*live streaming personal*” (Martín-Prada, 2018, p. 10), es decir, de la emisión continuada en las redes de los momentos concretos y cotidianos de nuestro día a día. En nuestra sociedad con vistas al exterior, hemos terminado viviendo a través de lo que publicamos en directo, si no está en la red, no ha ocurrido en la vida.

Esta digitalización ha realizado sus estragos en el marco sociocultural, normalizando un modelo concreto a seguir, legitimando unos intereses y valores eurocéntricos que la juventud adopta como propios. Nuestra identidad dependería, por tanto, de construcciones culturales que pueden haber devenido hegemónicamente (Martín-Prada, 2018) y que responderán a los ideales e ideologías de los valores adoptados simbólicamente en nuestra sociedad industrial. Unos valores que vemos y afirmamos cada día a través de nuestras redes sociales. En el estudio realizado por Vaquero-Cañestro (2021) se añade a esta idea la concepción de que la materialización cotidiana de la cultura mediática junto con la sobreexposición de imágenes estereotipadas, están difundiendo y consolidando una serie de intersubjetividades que determinan el cómo nos vemos y cómo vemos nuestro entorno. A este respecto, la identidad que se va construyendo durante la adolescencia podría estar volviéndose una identidad robada o autoimpuesta desde el discurso creado a través de los medios de comunicación y las redes sociales.

Carolina De la Torre (2001) nos explica que las personas pueden consumir o querer consumir lo mismo, pueden estar conectadas virtualmente con otras personas y costumbres, pueden formar parte de una misma red social, pero esto, lamentablemente, no las hará sentir parte de un mismo conglomerado humano (De la Torre, 2001). Porque el conocimiento que se establece en la red

no deja de estar preconcebido e impuesto desde la cultura occidental y sigue la jerarquización que esta sociedad ha levantado y que, a menudo, deja a una gran mayoría fuera de ella. Internet podría estar siendo utilizado como amplificador de desigualdad, donde la supuesta sociedad digital se ha convertido en un espacio globalizado impositivo económicamente y altamente mercantilizado (Escaño, 2015).

Como decíamos, la expansión y uso de las redes sociales en la época posmoderna ha generado un nuevo mecanismo de transmisión del conocimiento (Martín y Chaves-Vázquez, 2022), modificando, a su vez, nuestra forma de aprendizaje (Marinas, 2019). En esta línea, en la serie *HIT* (2020) se nos muestra una conversación en la que una alumna sostiene que lo que “mola” no se aprende en el instituto, lo que realmente importa en la actualidad es “marcar tendencia, petarlo en las redes, ser famosa” (Oristrell et al., 2021). En nuestra presencia *online* debemos ser capaces de mostrar al mundo que tenemos una vida “propia” y, aunque paradójico, parece que “la vida sólo se hace ‘propia’ cuando ha quedado compartida” (Martín-Prada, 2018, p. 72). Nuestras publicaciones e imágenes en las redes sociales tendrían, por tanto, una función informativa y apelativa, una práctica que buscaría mantener la atención de nuestros *followers* y que nos permitiría establecer una relación comunicativa. Nos permitirían vivir en un presente continuo, un presente que requiere de la validación externa para ser vivido.

4.2 El yo saturado. La postdigitalidad

Hemos llegado a tal punto en la actualidad que la revolución digital se ha vuelto normalidad digital, integrando en nuestra cotidianidad todas aquellas tecnologías que, no hace tanto, ni siquiera existían. Lo digital es parte de nuestra cultura contemporánea, los medios de comunicación no se separan de nuestra vida social. Virtualidad y actualidad son, en definitiva, un cruce de caminos vitales (Escaño, 2019a), y en este cruce surge el concepto de postdigitalidad. Un concepto que analiza el impacto que ha supuesto la cultura digital en nuestras relaciones sociales y modos de identificación personal.

Hoy en día, nos encontramos en un momento en que la mirada, la visión del mundo ha cambiado, transformando la realidad en imágenes y creando una relación entre estas y la sociedad. Esta transformación ha supuesto que el individuo contemporáneo se vuelva “prosumidor⁵” (Toffler, 1979) de imágenes, imágenes que completan nuestra realidad y que dibujan el mundo de manera escenificada. “Nuestra vida ya no es representada, sino que, diríamos, se representa” (Martín-Prada, 2018, p. 17) y esta representación sucede, principalmente en la actualidad, en el gran escenario de las redes sociales. Un escenario que necesita de unos espectadores que rindan culto a las imágenes y las pantallas que dan forma a esta realidad en línea. Una industria que sigue postergando el canon hegemónico de la cultura ilustrada y sus valores e ideologías.

Carlos Escaño (2019b) nos muestra esta representación online como un *collage*: una sociedad que se va componiendo a partir del *me gusta*, el *postureo* incesante, el *selfie* y, también, la información *fake*. Una sociedad que empieza a vivir en la dictadura del clic, elevándose en la cima social a aquel que tiene más seguidores, más *likes* por publicación y más comentarios (Renobell, 2017). En definitiva, a aquel al que hemos vuelto viral y, por tanto, le rendimos culto. Este proceso se ha visto marcado por el surgimiento de fenómenos como los *influencers*, *youtubers* o *instagramers*. Personas a las que hemos dado el poder de estar en la cima social debido a sus características, generalmente, físicas. Nos estamos moviendo en un mundo en

el que se ha popularizado –principalmente a través de *Instagram*– la “auto-estereotipación” (Vaquero-Cañestro, 2021), el uso de herramientas como los filtros de belleza, la edición de nuestros rostros y cuerpos...En definitiva, las herramientas de la posverdad camufladas en la validación externa a través de la semejanza con el resto de usuarios. Un tiempo que se caracteriza por la presencia excesiva de la imagen y en el que es demasiado sencillo dejarse envolver por las especificaciones visuales que se muestran como formas ideales de “feminidad” y “masculinidad”.

Sin duda, este nuevo vehículo de la cultura visual está provocando transformaciones en nuestros modos de pensar y actuar, caracterizándonos por “el consumo masivo” (Bauman, 2007) y “la liquidez social⁶” (Bauman, 2006). Nos hemos convertido en usuarios, followers de una comunidad red que celebra los cánones hegemónicos y los valores corporales normativos, una comunidad que sienta las bases para perpetuar la imagen idealiza de una realidad visual que solo es síntoma del racismo, xenofobia o aporofobia (Martín Prada, 2018) que se consume en redes sociales. La idealización nos está conduciendo a falsear nuestra vida y a someternos a representaciones cuidadas que nos mantengan dentro de los muros de esa cárcel de las configuraciones ideales.

Esta imagen de la identidad contemporánea y su idealización es representada en la serie *Élite* (2018), durante la segunda temporada. En esa temporada la trama incorpora a nuevos personajes, uno de ellos, Cayetana, elabora una mentira a través de sus redes sociales, de su *Instagram*, en la cual se construye como mujer rica e independiente, generando imágenes falsas de su vida que se contraponen con la realidad que experimenta de manera *offline*. La mentira en la red se hace tan grande que se confunde con la realidad de su vida, no solo editándose de manera online, sino también modificándose en su día a día. Sus amistades y grupo social se elaboran en base a lo representado, nunca llegan a descubrir a la verdadera Cayetana, sino que solo conocen la imagen que ella vende de sí misma. Por este motivo, cuando todo es revelado, se queda sola y, lo que es peor, empieza a entender que nadie, ni siquiera ella misma, sabe quién es fuera de la red.

Este proceso de falsificación en la red podría generar consecuencias y daños en la percepción de nuestra propia imagen, en nuestra autoestima, en nuestro estado de ánimo e, incluso, en nuestra insatisfacción personal y corporal (Martín y Chaves-Vázquez, 2022). Al establecer identidades generadas para un público que las observa y responde antes ellas (Gardner y Davis, 2014), y que mide su valía en función de los *likes* y comentarios que reciba, se puede generar en el individuo una dependencia desmedida en la aprobación externa. Una situación que podría negar a la persona la posibilidad de sentirse bien y segura consigo misma si no recibe la reacción esperada.

Todo esto, por tanto, podría terminar constituyendo la inseguridad e insatisfacción de la adolescencia y la formación de arquetipos identitarios que no se corresponden con el individuo interno, con sus valores, creencias y aspiraciones sino que responde a la cultura visual de nuestros tiempos. El deseo de conservar nuestra identidad individual bajo toda circunstancia termina resultando caótico dada la presencia e influencia permanente de los medios de comunicación y las estructuras de poder. Y lo que es peor, este rechazo a la imperfección de lo real terminan evidenciando la negación, que se mantiene aún en la actualidad, a la otredad (García-Mendoza, 2019).

Aun así, aunque el imaginario colectivo y los referentes simbólicos de la juventud contemporánea sigan, en cierta medida, sujetos a los cánones hegemónicos, se puede observar una apertura en los arquetipos identitarios representados en las series de actualidad. Podemos ver cómo el esquema binario “masculino/femenino” empieza a ser cuestionado en distintas series como: *Euphoria* (2019), *Genera+ion* (2021) o *Hearstopper* (2022). En dichas series se presentan personajes no binarios o de género fluido que rompen con los patrones de la representación normativa binaria. También se puede observar un aumento en los personajes con identidades sexuales abiertas, lejos de la norma heteronormativa o hetero sexualizada. Las series y las redes sociales deberían ser un espejo de nuestra sociedad, pero no siempre reflejan a toda la población.

5 CONCLUSIONES: A TRAVÉS DE LO CON(EC)TADO

La escritora Remedios Zafra escribía en 2010 el libro, *Un cuarto propio conectado. (Ciber) espacio y (auto) gestión del yo*. En sus páginas la autora expone un mundo de percepciones subjetivas en donde “tener” se ha vuelto una seña identitaria de “ser” (Zafra, 2010), en donde la red salvaguarda el cuerpo y la posmodernidad nos sitúa en un continuo juego de tensiones visuales. Como dice Jan Ekato, recogido por la propia Zafra (2010) en su libro, la vida real se ha convertido en una ventana más de nuestro cuarto propio conectado. La vida real se desdibuja desde nuestra ventana a la red y se disuelve en el escenario visual de corte hegemónico en el que todo individuo contemporáneo convive.

La identidad, por su parte, se mantiene en un espacio de inestabilidad, un entorno configurado, también, por la conectividad a la red y por la necesidad de definirnos constantemente. La visualidad nos permite acercarnos a representaciones arquetípicas, nos facilita el establecer referencias simbólicas que ayuden a nuestra identificación tanto personal como grupal, nos proporciona repertorios de la subjetividad que refuercen nuestra construcción identitaria. Pero, también, pueden generar distanciamientos y tensiones interpersonales e intrapersonales, conflictos entre la realidad *offline* y *online*. El contenido visual, por tanto, debe ser comprendido y estudiado como un medio de aprendizaje y conocimiento, como una nueva forma de acercarse al yo contemporáneo desde la imagen.

La visualidad se ha establecido como un lugar de poder, de jerarquías que podrían construir visiones hegemónicas de determinadas identidades y culturas. La ausencia de ciertas referencias a colectivos minoritarios en la red y en las series de televisión siguen perpetuando un modelo concreto normativizado del “yo” y del “otro”, un modelo que nos insta a querer ser alguien concreto, un alguien marcado por parámetros y patrones configurados por la propia imagen. La posmodernidad ha supuesto que el “yo” deje de ser un lugar seguro y se escabulla entre las posibilidades de ser más de un solo “yo” al mismo tiempo que la posverdad nos sitúa en un intersticio entre la ficción y la mentira. Mientras, la postdigitalidad, por su parte, ha dado el contexto necesario para que esa posibilidad sea viable. En la actualidad, el abanico de identidades se ha abierto, pero nuestra mirada sigue condicionada por la norma y, solo en algunos casos, nos atrevemos a seguir mirando como acto de resistencia, como medio de autoconfiguración.

En nuestra investigación narrativa tratábamos de dar cuenta de cómo la cultura visual afecta a la construcción identitaria adolescente. Para ello, utilizamos el recurso de la ficción como un medio para dialogar con los apuntes teóricos, de tal forma que el relato compartido de

la representación mediática se fuera mostrando como un complejo sistema sociocultural y referencial que responde a las estructuras de los arquetipos identitarios comunes. El mayor interés del estudio reside en la originalidad de su diseño, la investigación de corte narrativo parte desde la ficción especulativa como herramienta episte-metodológica para reflexionar y pensar en torno a nuestro caso de estudio. La ficción se coloca como un lugar de posibilidades desde las que no solo se puede representar la realidad observable, sino que también se posibilita el imaginar futuros alternativos que abran la mirada y planteen nuevos horizontes.

FINANCIACIÓN

La investigación se encuentra dentro del marco de nuestra tesis doctoral del Programa de Doctorado en Arte y Humanidades de la Universidad de La Laguna cofinanciada por la Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información de la Consejería de Economía, Conocimiento y Empleo y por el Fondo Social Europeo (FSE) Programa Operativo Integrado de Canarias 2014-2020, Eje 3 Tema Prioritario 74 (85%). Además, para la realización de la experiencia artística se ha contado con el apoyo de la Dirección General de Juventud, de la Consejería de Derechos Sociales, Igualdad, Diversidad y Juventud del Gobierno de Canarias y la Fundación Canaria de Juventud Ideo.

6 REFERENCIAS

Aptaker, I., y Berger, E. (Productor y Guionista). (17 de junio de 2020). Welcome to Creekwood (Temporada 1, Episodio 1) [Episodio de serie de televisión]. En Aptaker, I., Berger, E., Londy, A., Tansen, B., Ensler, J., Bowen, M., Fishbach, A., Godfrey, W., Klausner, I., y Shahbazian, P. (Productores ejecutivos), *Love, Víctor*. Temple Hill Entertainment; No Helmet Productions; The Walk-Up Company.

Arda, Z. (2011). *Yo soy mi imagen 2.0: Aproximación a formas contemporáneas de construir la identidad humana*. [Tesis de doctorado, Universitat Jaume I]. <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10803/81855>

Bauman, Z. (2006). *Vida líquida*. Ediciones Paidós.

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

Braidotti, R. (2015). *Lo Posthumano*. Gedisa. (Trabajo original publicado en 2013).

Braidotti, R., y Fischer-Pfeiffer, A. (2015). *Feminismo, diferencia sexual y subjetividad nómada*. Editorial Gedisa. (Trabajo original publicado en 1994).

Buckingham, D. (2002). *Crecer en la era de los medios electrónicos*. Ediciones Morata.

Carroll, L. (1865). *Las aventuras de Alicia en el país de las maravillas*. Ediciones Siruela.

Carroll, L. (1871). *A través del espejo y lo que Alicia encontró allí*. Ediciones Gaviota.

Català-Domènech, J.M. (2008). *La forma de lo real: introducción a los estudios visuales*. Editorial UOC.

Crisóstomo, R. (2019). El yo en serie: variaciones identitarias en el drama contemporáneo norteamericano. [Tesis de doctorado, Universitat Pompeu Fabra]. <http://hdl.handle.net/10803/667613>

De la Torre, C. (2001). *Las identidades. Una mirada desde la psicología*. Centro de Investigaciones y Desarrollo de la Cultura Cubana "Juan Marinello".

Desmurget, M. (2020). *La fábrica de cretinos digitales. Los peligros de las pantallas para nuestros hijos*. Ediciones Península.

Escaño, C. (2015). Los límites de la red o la contra(di)cción de Internet. De la falsa sociedad Red a las estrategias digitales dominantes contra la migración cultural. *Iberoamérica Social: Revista-Red De Estudios Sociales*, 3(4), 24-25. Recuperado de <https://iberoamericasocial.com/ojs/index.php/IS/article/view/86>

Escaño, C. (2019a). La publicidad como medio imprescindible para la acción solidaria. Las didácticas del ocio en la lucha contra el drama humano. En Escaño, C. (Ed.). *Lo que no se ve no existe. Artes, imagen y educación para el desarrollo* (pp. 151–174). UNED.

Escaño, C. (2019b). Sociedad postdigital (ontología de la remezcla). *Iberoamérica Social: Revista-red de estudios sociales*, 7(12), 51-53. Recuperado de <https://iberoamericasocial.com/ojs/index.php/IS/article/view/86>

Fedele, M. (2011). *El consum adolescent de la ficció seriada televisiva*. [Tesis de doctorado, Universidad Autónoma de Barcelona]. <https://ddd.uab.cat/record/99413>

Fernández-Montesinos, F.A. (2018). El mundo de la posverdad. *Cuadernos de estrategia*, 197, 21-82.

Fontcuberta, J. (2016). *La furia de las imágenes, Notas sobre la postfografía*. Galaxia Gutenberg.

García-Mendoza, L.Y. (2019). El modo selfie: reflexiones sobre la potencia de las selfies. *Nómadas*, 49, 103-119. <https://doi.org/10.30578/nomadas.n49a6>

Gardner, H. y Davis, K. (2014). *La Generación App: los jóvenes gestionan su identidad, su privacidad y su imaginación en el mundo digital*. Ediciones Paidós.

Gómez-Rodríguez, G.M. (2019) *La realidad en la ficción: Las preocupaciones de los españoles en las series de televisión (1990-2010)*. [Tesis de doctorado, Universidad Complutense de Madrid]. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/58560/>

Gómez-Vargas, C. (2016). *Construcción de modelos de identidad femenina en la adolescencia a través de la producción de televisión de ficción actual*. [Tesis de doctorado, Universitat Internacional de Catalunya]. <http://hdl.handle.net/10803/374245>

Haraway, D. (1991). *Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza*. Cátedra.

Macedo, D., y Steinberg, S.R. (2007). *Literacy*. Editorial Peter Lang.

Marinas, L. (2019). Instagram: Donde Millennials, Generación Z, McLuhan y Bolter se cruzan. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación* 24, 187-201 <http://dx.doi.org/10.5209/ciyc.64641>

Martín-Prada, J. (2018). *El ver y las imágenes en el tiempo de Internet*. Ediciones Akal.

Martín, T., y Chaves-Vázquez, B. (2022) La influencia de Instagram en la creación y reproducción del ideal de belleza femenino. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 15(1), 1-17. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.11148>

Micallef, J. (Productor y Guionista). (18 de julio de 2018). ¿Vamos al baile de graduación o al infierno? (Temporada 1, Episodio 10) [Episodio de serie de televisión]. En Micallef, J., Mebane, A., Lucchese, G., Gardner, B., McGuire, J., Engelson, T., y Headland, L. (Productores ejecutivos), *Heathers: Escuela de jóvenes asesinos*. Gyre & Gimble Productions; Underground Films; Lakeshore Entertainment.

Murray, D. (2020). *La masa enfurecida. Cómo las políticas de identidad llevaron al mundo a la locura*. Ediciones Península.

Oristrell, J., Fernández-Armero, A., Trapé, E., y Menárguez, P. (Productor y Guionista). (28 de octubre de 2021). Desconexión (Temporada 2, Episodio 2) [Episodio de serie de televisión]. En Bernardeau, M.A., Díaz, M., Oristrell, J. (Productores ejecutivos), *HIT*. Ganga Producciones; TVE.

Pindado, J. (2011). Los medios de comunicación y la construcción de la identidad adolescente. *ZER: Revista De Estudios De Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 11(21).

Renobell, V. (2017). Análisis de Instagram de desde la Sociología Visual. En Martínez-García, M.A. (coord.). *La imagen en la era digital* (pp. 115-129). Ediciones Egregius.

Sancho Gil, J. M. y Hernández-Hernández, F. (2020). La investigación sobre historias de vida: de la identidad humanista a la subjetividad nómada. *Márgenes Revista De Educación De La Universidad De Málaga*, 1(3), 34-45. <https://doi.org/10.24310/mgnmar.v1i3.9609>

Sicilia Rodríguez, J. (2019). *El problema de la identidad como objeto de estudio: el caso de la pintura y la fotografía de Martín y Sicilia*. [Tesis de doctorado, Universidad de La Laguna]. <http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/24497>

Thompson, J.B. (1998). *Los media y la modernidad*. Ediciones Paidós Ibérica.

Toffler, Alvin (1979). *La tercera ola*. Bantam Books.

Vaquero-Cañestro, C. (2021). El antiselfie: una propuesta artística y educativa alternativa al relato mediático en la formación de maestras y maestros. *Arte, Individuo y Sociedad* 34(2), 541-561. <https://doi.org/10.5209/aris.74543>

Vives, J. (1 de octubre de 2020). Así ha cambiado el consumo de audiovisual durante la pandemia. *La Vanguardia*. <https://bit.ly/46yhQjS>

Yorkey, B. (Productor y Guionista). (31 de marzo de 2017). Tape 2, Side B (Temporada 1, Episodio 4) [Episodio de serie de televisión]. En Gómez, S., Matyka, M., Son,, D., McCarthy, T., Gorman-Wettels, J., Golin, S., Sugar, M., Teefy, M., y Lailin, K. (Productores ejecutivos), *13 Reasons Why*. July Moon Productions; Kicked to the Curb Productiosn; That Kid Ed Productions; Anonymous Content; Paramount Television Studios.

Yorkey, B. (Productor y Guionista). (18 de mayo de 2018). The Drunk Slut (Temporada 2, Episodio 3) [Episodio de serie de televisión]. En Gómez, S., Matyka, M., Son,, D., McCarthy, T., Gorman-Wettels, J., Golin, S., Sugar, M., Teefy, M., y Lailin, K. (Productores ejecutivos), *13 Reasons Why*. July Moon Productions; Kicked to the Curb Productiosn; That Kid Ed Productions; Anonymous Content; Paramount Television Studios.

Zafra, R. (2010). *Un cuarto propio conectado. (Ciber) espacio y (auto) gestión del yo*. Fórcola Ediciones.

7 NOTAS

1. Siguiendo al autor, Bauman (2006), este término define el actual momento sociocultural en el que las realidades sólidas se han desvanecido y nos encontramos con una sociedad cambiante, provisional y ansiosa de novedades.
2. Este término hace referencia a la distorsión deliberada de la realidad principalmente a través de la emotividad.
3. Término descrito por el autor Fernández-Montesinos (2018) que se relaciona con una corriente artística que nos permite observar el deterioro de la sociedad actual.
4. Siguiendo al autor Escaño (2019a), este término surge desde la saturación contemporánea de la tecnología digital y los medios de comunicación en la vida social, lo que el autor denomina la ontología de la remezcla.
5. Término acuñado por Alvin Toffler (1979) en su libro *La tercera ola* anticipando lo que estamos viviendo hoy y haciendo referencia a la fusión original de las palabras productor y consumidor.
6. Este término surge bajo el abanico de la “modernidad líquida” descrita por el autor Bauman (2006), y hace referencia a la sensación de pérdida de estabilidad y referentes en el espectro social.