

Facebook: una subjetividad evanescente

*Enrique Hernández García Rebollo**

Resumen

En este ensayo se hace una reflexión sobre los conceptos de *subjetividad* y *alteridad* en las ciencias sociales, tomando como objeto de análisis tanto el fenómeno de internet en general, como la página de Facebook en particular, intentando mostrar cómo existe una *sensibilidad actual* que, en síntesis, refleja superficialidad, como puede verse claramente en dichos dispositivos de comunicación.

Palabras clave: subjetividad, alteridad, identidad, virtual, Facebook.

Abstract

In this essay I write a reflection on concepts such as subjectivity and alterity in social science. I take as objects of that reflection internet phenomena in general terms, and Facebook in particular, trying to show how there is a kind of current sensibility which, in brief, shows a lot of superficiality. All this can be seen in such communication devices.

Keywords: subjectivity, alterity, identity, virtual, Facebook.

* Profesor titular de tiempo parcial del Departamento de Educación y Comunicación, UAM-Xochimilco; [kykoatl@yahoo.com.mx].

Introducción

Internet es un fenómeno que no se limita al ámbito de la tecnología y las comunicaciones en sí mismas: es un dispositivo social que ha revolucionado la forma en que nos entendemos a nosotros mismos a partir de la percepción de los otros. La creciente complejidad y difusión que han tenido en nuestros días las llamadas “redes sociales”, cuyo paradigma actual es Facebook, nos plantean un horizonte en el que el poderío de la imagen y de la virtualidad pareciera amenazar con destruir gran parte de las maneras tradicionales de socialización de la historia de la humanidad —en la que el contacto físico ha sido una constante—. Escribí “pareciera” con pleno uso de conciencia, ya que considero, junto con otros (Morduchowicz, 2008), que pese a que, en efecto, algo de eso habita en las lógicas de la red, también, al mismo tiempo, se han liberado formas de interacción, comunicación y expresión humanas que de otra forma no serían posibles.

En las siguientes páginas intentaré transitar por ambas esferas, que aquí llamamos, de forma muy simplificada e incluso burda, a la primera como *fatalista* y a la segunda como *optimista*, aunque no necesariamente estos adjetivos describan con total precisión dichos enfoques. Pese a ello, resulta ilustrativa una tendencia muy presente en los seres humanos a percibir muchos fenómenos sociales, y en especial lo novedoso, como los avances tecnológicos, con lógicas binarias excluyentes: bueno *vs.* malo, útil *vs.* inútil. Al respecto, concordamos plenamente con la visión de algunos historiadores de la tecnología en que ésta no es ni “buena” ni “mala” en sí misma, aunque tampoco podamos afirmar que es neutral¹ ya que responde a una compleja red de interacciones donde lo social, lo histórico y lo político entran en escena. Lo fundamental, desde esta perspectiva, es el uso que le damos los seres humanos. Este enfoque nos posicio-

¹ Al respecto, traemos a colación la primera de las seis leyes de la tecnología de Kranzberg, uno de los historiadores de la tecnología con mayor reconocimiento: “la tecnología no es ni buena ni mala, ni tampoco neutral”. Nosotros, difiriendo un poco, nos inclinamos a pensar que *en sí misma* la tecnología es más bien neutral, y concordamos plenamente en que el peso recae en el uso que le damos los seres humanos, aunque no es éste el espacio para entrar en esta polémica.

na correctamente como agentes responsables de nuestros actos en tanto apunta a una faceta muy importante: la ética del sujeto. Las posturas *optimista* y *fatalista*, sobra decirlo, obnubilan nuestra cabal comprensión de un fenómeno y caen en reduccionismos simplistas que tienden a parcializar los fenómenos, de tal suerte que, más que una real invitación a la reflexión y al análisis, parecieran una especie de toma de postura ideológica tajante.

Ahora bien, al escribir sobre internet y las redes sociales, es inevitable hablar de los cambios que conllevan en esferas como la socialización, la política, la estética y la ética (por mencionar las más importantes), así como de las posibles implicaciones que esto tiene en las formas de subjetivación (Foucault) que existen en la actualidad. En este trabajo, mi interés se centra en la *subjetividad* en general y en las lógicas de *alteridad* que emergen en un contexto así en particular. Para ello, primero establezco una serie de comparaciones socio-históricas, antropológicas y filosóficas respecto de lo que hemos conocido como *modernidad* (Berman, 2001), de cara a lo que a últimas fechas se ha conceptualizado como *posmodernidad*. Sin entrar de lleno en este polémico debate —de cuya fecundidad intelectual, no obstante, no dudamos— respecto de la manera más adecuada de entender nuestro mundo actual, denominándolo *posmodernidad* (Lipovetsky, 1986), *modernidad tardía* (Habermas, 1993), o simplemente *modernidad* (Berman, 2001), pensamos que estamos asistiendo, sin duda alguna, a una serie de transformaciones en nuestras sociedades (sobre todo, aunque no exclusivamente, occidentales) que implican un cambio radical en nuestra forma de relacionarnos con los otros, los que nos rodean, así como con fenómenos como la política, la estética y la ética, entre otros más. En pocas palabras, somos partícipes de una mutación en las formas de alteridad y subjetividad que predominaban hace tan sólo unos cuantos años.

Subjetividad y libertad en el mundo actual

Ser libre sin saberlo puede parecer amarga ironía, pero si un hombre descubre retrospectivamente que las puertas estaban abiertas y que no se enteró, su amarga reflexión será no acerca de su falta de libertad sino sobre su ignorancia [...] La ignorancia bloquea caminos, y el conocimiento los abre. Pero esta tautología no implica que la libertad sea conciencia de libertad y mucho menos que sean idénticas.

(Berlin, 2004:311).

En este apartado deseo dar un breve rodeo para tocar el tema de la libertad en el mundo contemporáneo, pues considero que internet en general, y las redes sociales y Facebook en particular, son percibidas por muchos como una forma de libertad de expresión inédita en épocas anteriores. De hecho concuerdo con esta idea en su generalidad, pero me gustaría hacer un preámbulo que nos lleve a pensar más detenidamente qué tipo de libertad en particular es así expresada, o bien cómo es percibida en amplias capas de usuarios de dichas redes sociales, para posteriormente analizar cómo eso que muchos experimentan como libertad en la inmediatez de sus vidas cotidianas puede ser cualitativamente muy pobre, o incluso pensarse como un dispositivo subjetivo o cultural de control político, social y hasta psicológico de muchos usuarios de dichas redes.

Hace un par de décadas era todavía común que el tema de la libertad predominara de forma sustantiva en manifiestos políticos, mesas de debate académicas o congresos de especialistas en ciencias sociales y humanidades. Incluso también en medios de comunicación, como la televisión, la radio y los periódicos, órganos estos últimos tan importantes en la construcción de una ciudadanía crítica, pensante y más exigente en la etapa moderna. Me parece que en nuestro mundo contemporáneo el tema de la libertad se ha disipado de forma brumosa, hasta cierto punto, aunque al mismo tiempo se ha expandido su “uso práctico”, por decirlo de algún modo, por ejemplo en el uso de una página como Facebook. Sin embargo,

como argumento más adelante, este tipo de libertad puede también ser vista como una forma de control que no implicaría sujeciones externas, sino que desde las *formas de sensibilidad actuales* incentiva un tipo de subjetividad evanescente, plástica, *ad hoc* a las necesidades de las empresas multinacionales, medios de comunicación masivos y poderes fácticos en general. No afirmo, desde luego, que se haya extinguido radicalmente el “tema” de la libertad, cosa por demás imposible. Menos aún en un mundo en donde la multiplicidad de “opciones” es una de las características que más ha penetrado en el universo de la publicidad y la mercadotecnia, así como en la variedad de opciones que promueve una página como Facebook precisamente. Lipovetsky define este tipo de hechos sociales muy acertadamente como “la vida a la carta”, fenómeno que puede llevarnos al absurdo, tan cotidiano en ciertas esferas sociales actuales, de que una persona se autodeclare budista y al mismo tiempo sea un alcohólico, no habiendo ningún tipo de contradicción ideológica ni ética en ello. Obviamente, lo que aquí brilla por su ausencia es siquiera una brevísimas reflexión filosófica sobre lo que implican ambas condiciones de vida. El mercado acaba por vender lo que sea, simplificando en demasía lo que implica una cosa u otra. En la ciudad de México, en pleno Centro Histórico, por ejemplo, existió hace poco un bar llamado *Buda* que, pese a la contradicción en los términos, funcionó como un excelente gancho mediático (publicidad) para captar clientela ávida de sentir una experiencia novedosa y original, cosa que se logró muy bien, por cierto.

Es importante aclarar que no estoy en contra de la libertad misma de nombrar un bar como se desee, e incluso puedo percibir el grado de creatividad en este tipo de juegos semióticos, ya que de hecho funcionan muy bien en términos de rentabilidad; simplemente señalo con este ejemplo las interesantes formas de mezclar realidades socio-históricas en un aquí-ahora que queda, así, muy simplificado. En este sentido, el tema de la libertad está presente de una u otra forma, y de hecho en los discursos publicitarios se le presenta como una especie de valor que se adquiere con el uso del dinero, por ejemplo, comprando una camioneta “todo terreno”. Estos *spots* publicitarios se caracterizan por un ejercicio semiótico

que está pensado para transmitir, de forma inmediata, una *sensación de libertad*. Buena frase que sintetiza lo que hay en el fondo: *sensación de libertad* y plena ausencia de conceptualización abstracta de la misma. Hay múltiples ejemplos de ello en la publicidad de autos en general. “Sin límites”, es el eslogan de un comercial de la Ford Explorer. Y así podríamos pensar en un sinfín de ejemplos en el ámbito de la mercadotecnia actual, cuyos dominios se han extendido de forma tan impresionante no sólo en cuanto a productos, sino en la creciente rama de los llamados “servicios”: televisión de paga, teléfono, internet. Estas lógicas, en las que lo banal, evanescente e inmediato es un eje importante, habitan todas, de una u otra manera, en las formas de expresión que se concretan en Facebook mediante frases como las siguientes: “mmm, qué rico, al Starbucks por mi café preferido”; “qué mal día... todo gris y lluvioso”; “extraño el fin de semana pasado... ahora en la chamba, ni modo”. Además de esto, algo interesante es que en efecto dicha red social se usa cada vez más para ofrecer servicios diversos, vincular ligas de productos y una amplia gama que apunta al uso comercial de Facebook, aunque lo que parece aún más fundamental es que se instauran así constantemente esquemas cognitivos en los que la inmediatez es la regla, el pensamiento carece de crítica y reflexión y el espacio queda constreñido a una pantalla. En cierto modo, Facebook y otras páginas, como YouTube y cada vez más Twitter, acaban siendo una especie de termómetro temático, en el sentido de que fijan una agenda de temas que los usuarios consideran importantes (y a cuya creación, además, contribuyen).

Ahora bien, parece que uno de los temas centrales en la actualidad es, precisamente, qué hacer con la libertad supuestamente lograda en muchos sentidos. Digo “supuestamente” porque es obvio que el concepto de *libertad* ampliamente popularizado es tan banal y simple que se reduce, en una gran mayoría de personas, al acto de comprar más y más, o bien “publicar” cualquier ocurrencia en las redes sociales. Ante la pregunta de qué hacer con nuestra “libertad”, las posibles respuestas son en muchos casos opciones comerciales: ¿ir por un café al Starbucks o ver una película en el centro comercial? Además de esto, el mundo contemporáneo ha construido esta percepción de que

es indispensable estar “conectado” todo el tiempo mediante planes tarifarios supuestamente cada vez más accesibles de acuerdo con las empresas, aunque muy elevados si hacemos caso a los especialistas en telecomunicaciones. No obstante, lo más importante es que sí se ha generado un mercado creciente en este sentido, inoculando la idea de que a mayor conexión mayores posibilidades, mayor libertad e incluso, me atrevería a decir, mayor felicidad. Los usuarios olvidan que mayor conexión también significa más ataduras, es decir, asistimos a la creación de nuevas necesidades de consumo que son amplia y acriticamente aceptadas.

También es muy interesante observar cómo en este mismo movimiento, y sobre todo con el dispositivo cultural de Facebook, se ha logrado crear una ideología en torno a la vida privada de las personas, y los temas públicos, de interés general, son tratados con una lógica banal, efímera y superficial. Con este breve rodeo intento mostrar cómo el fenómeno de la libertad se ha popularizado tanto, y en general ha sido tan aceptado por las capas mayoritarias de la sociedad, que esta idea reduccionista de la misma ha acabado por reflejarse no sólo en los discursos publicitarios, sino también en la llamada “opinión pública” y en lo que aquí podemos llamar un cierto tipo de *sensibilidad actual*.

Si contrastamos este panorama con lo que se vivió en distintas regiones de Occidente en la década de 1960, misma que se caracterizó precisamente por una búsqueda de libertad, encontramos que ahora estamos lejos de manifestaciones como las de los *hippies*, cuyas críticas y consignas se dirigían al autoritarismo tanto político (en la esfera social), como patriarcal (dentro de las familias), pasando por la exigencia de una sexualidad mucho más abierta. El fenómeno subyacente en esas críticas atañía precisamente al tema de la libertad en varias esferas de la vida social y de la praxis de los individuos. El tono emocional de la subjetividad actual parece más enfocado a temas como la incertidumbre laboral y fenómenos ecológicos cuyas consecuencias empezamos a padecer, como el calentamiento global. Es decir, mediante este triunfo de las fuerzas del mercado capitalista gracias al efectismo inmediato e impactante que poseen las herramientas publicitarias, los ciudadanos han sido reducidos más bien

a meros consumidores (García Canclini, 1995). En todo este movimiento, la realidad misma y nuestras formas de entender conceptos como *identidad* y *alteridad* se han visto radicalmente transformadas, subrayándose cada vez más la importancia de esferas como los hábitos de consumo cultural. Al respecto, en su libro *Consumidores y ciudadanos* García Canclini menciona algunos procesos que permiten comprender mejor los profundos cambios socioculturales actuales. Aquí rescatamos uno de ellos:

La consiguiente redefinición del sentido de pertenencia e identidad, organizada cada vez menos por lealtades locales o nacionales y más por la participación en comunidades transnacionales o desterritorializadas de consumidores (los jóvenes en torno del rock, los televidentes que siguen los programas de CNN, MTV y otras cadenas transmitidas por satélite) (García Canclini, 1995:40).

Prevalece toda una serie de características muy diferentes que definen el tipo de sujeto actual, mismo que Lipovetsky ha descrito con una agudeza impresionante. Si bien es cierto que el tipo de sujeto que él describe es aquel que emerge de lo que aquí podemos llamar las “clases medias urbanas”, y en este sentido no generalizarse a todas las capas de la población –y menos a los sectores más castigados económicamente–, sí pensamos que muchas de sus ideas ayudan a visualizar varios de los fenómenos que nos proponemos analizar en este escrito. Además de esto, es importante subrayar el papel que han desempeñado algunas esferas de las llamadas clases medias más críticas en la configuración del sistema tanto político como económico contemporáneo: estudiantes, académicos, profesionistas, etcétera.

Existe una lectura un tanto inmedatista de la obra de Lipovetsky en el sentido de pensar que el sujeto de la posmodernidad, cómo él lo analiza, es un sujeto “desujetado”, valga la paradoja. El concepto de *sujeto*, construcción interdisciplinaria dentro de las ciencias sociales, parte de una premisa central que, desde mi perspectiva, está nutrida por lo menos desde dos vertientes epistemológicas clásicas: el marxismo y el psicoanálisis. Gracias a Marx pudimos darnos cuenta del

papel cuasi determinante que tienen las estructuras económicas en nuestras formas de pensar, sentir y ser. El gran peso del determinismo sociohistórico que Marx describió marcó el siglo xx de una manera radical, lo mismo en amplias esferas políticas que usaron el discurso marxista para implantar y legitimar dictaduras totalitarias, que en sectores académicos que explotaron ampliamente las herramientas teóricas que este original pensador produjo. Por otro lado, con un tipo de discurso mucho más intimista y que apuntaba más que a las esferas sociales, a las de las profundidades psicológicas individuales, hace acto de presencia en el siglo xx occidental otro gran personaje: Sigmund Freud. Muchas de las tesis del llamado “padre del psicoanálisis” han sido también introducidas en los círculos académicos, ya que resultaron esenciales para explicar muchos de los cambios que empezaban a brotar en diversas áreas: la política, la estética y, en general, el tipo de “individuo” de las sociedades occidentales urbanas. Entrecomillé la palabra *individuo* porque es precisamente gracias a la teoría psicoanalítica y al discurso marxista que se puede realizar el viraje que va de la idea burguesa de *individuo* al concepto teórico *sujeto* dentro de las ciencias sociales, con todas las implicaciones que esto conlleva a nivel epistemológico.

Si el marxismo postulaba una clara sujeción de los “individuos” a una serie de determinismos de índole social, política, histórica y económica, el psicoanálisis cuestionaba el carácter presuntamente unitario de dicho individuo: la idea de un yo indivisible y consciente, incluso autónomo y racional, legado de la Ilustración (la famosa *Aufklärung* kantiana). El mismo que, simplificado en exceso y explotado con fines comerciales, nos venden de forma muy efectiva lo mismo los discursos publicitarios que los medios de comunicación masivos. El mismo que, por desgracia, “compra”, acepta y experimenta la mayoría de los sectores poblacionales de las sociedades occidentales; es decir, una idea cuya vacuidad y plasticidad ha acabado por invadir las formas de pensar, sentir y ser que podemos presenciar hoy, justo como puede verse en las manifestaciones de la subjetividad emergente en una red como Facebook.

El panorama de nuestro mundo contemporáneo no es comprensible sin la ayuda de toda esta serie de determinantes en el tipo de

subjetividad que predomina actualmente. Me gustaría proponer aquí el concepto de *sensibilidad actual*, entendiendo por ello una red de elementos que se atraviesan y determinan entre sí, hasta cierto punto, generando pensamientos, conductas y actitudes que permiten explicar no sólo la gran eclosión de las redes sociales en particular y de internet en general –posibilitada por el gran desarrollo y comercialización de las llamadas TIC (tecnologías de la información y la comunicación)–, sino sobre todo la extensión que la aplicación de dichas tecnologías tiene en nuestros días, siendo cada vez más una especie de prioridad para “estar al día”. Los elementos que compondrían esta *sensibilidad actual* corresponden a herramientas teóricas aportadas por disciplinas como el psicoanálisis y la antropología, ya que precisamente existe un entrecruzamiento entre lo *individual* y lo *social* en las formas de apropiación que muchos grupos realizan en las redes sociales posibilitadas por internet. Sabemos que el concepto de *subjetividad* cuestiona esta separación entre las esferas de lo social y lo individual, resaltando un cierto grado de continuidad entre dichas esferas que de otra forma pueden ser percibidas como separadas.² De cualquier manera, visualizarlas de forma separada nos es útil para realizar un análisis (fragmentar un todo) que permita abarcar, en un primer momento, una serie de fenómenos y posteriormente intentar una integración que los incluya y explique algunas de las formas en que se dan estos entramados complejos.

En este sentido, es interesante pensar cómo internet, más que una mera herramienta tecnológica que ha posibilitado el surgimiento de nuevas formas de comunicación, está siendo una especie de *dispositivo subjetivo* que permite expresar y vivenciar de múltiples maneras esta *sensibilidad actual* de la que hablamos. Internet sirve como un excelente *puente mediático* para realizar una conexión entre las esferas que el concepto de *subjetividad* contiene dentro de sí: lo individual y lo social. No queremos caer en la paradoja simple de pensar que, una vez adheridos al concepto de *subjetividad* mencio-

² Queremos rescatar aquí la famosa frase de Freud al principio de su libro *Psicología de las masas y análisis del yo*: “por eso desde el comienzo mismo la psicología individual es simultáneamente psicología social en este sentido lato” (Freud, 2001:67).

nado, mismo que precisamente funciona también como puente conector, renunciaremos a ver ambas esferas solamente con fines analíticos para *pensar* dicho fenómeno que en la realidad se nos presenta mezclado de formas un tanto caóticas, *incomprensibles* si no nos detenemos a pensar un poco en ellas, ya que se nos imponen como *experiencias* que vivimos y que nos sumergen en la realidad de formas imprevistas. He ahí uno de los grandes poderes de internet y de las redes sociales facilitadas con estos sistemas de comunicación: su gran capacidad de *seducción*.

Facebook: una subjetividad evanescente

La volatilidad de las identidades, por así decirlo, es el desafío que deben enfrentar los residentes de la modernidad líquida (Bauman, 2003:189).

Al imponerse como experiencia poderosa de vida, al estimular de forma sintética sentidos como la vista y el oído y al propiciar un sentimiento de conexión con muchas otras personas al mismo tiempo, algunas de las aplicaciones de internet, como el *chat* y los *blogs*, por ejemplo, se han visto magnificadas en la cantidad de usuarios que se registran y gozan de dichos servicios. Facebook es actualmente uno de estos sitios web que ha obtenido gran fuerza y popularidad. Ha tenido un crecimiento exponencial en países de habla hispana a últimas fechas, y parece seguir en crecimiento. Algo que llama la atención de Facebook es la forma en que se ha posicionado como una especie de *termómetro social* para saber qué es lo que pasa en el día a día de los usuarios, muchos de los cuales dedican bastante tiempo a aplicaciones que van del *chat* al cultivo de granjas virtuales. Facebook permite, además, jugar con varias de sus aplicaciones, realizando cuestionarios sobre los usuarios que pueden ser reenviados como cadenas a sus contactos, generando así una serie de lógicas que queremos llamar aquí *virales* no sólo en cuanto a transmisión de información, sino también por lo que toca a la interacción. Este tipo de interacción, hay que subrayarlo, es de naturaleza *virtual*.

La importancia de la *cultura virtual* adquiere así un cierto predominio en las formas de socialización actuales. Una vez más, puntualizo, esto no significa que la mayoría de las personas renuncien por esto al contacto cara a cara;³ en lo que quiero poner énfasis es en cómo este tipo de lógicas virales y virtuales de interacción social forma parte muy importante de eso que entendemos como *sensibilidad actual*. Para muchos, cada vez es más importante en sus vidas estar constantemente conectados a internet. Ya no basta con revisar una vez al día su correo electrónico, Facebook o Twitter; día a día crece el mercado de usuarios que están conectados permanentemente, no sólo frente a una computadora, de preferencia portátil, sino mediante dispositivos cuyo mercado ha aumentado en forma exponencial a últimas fechas: Blackberry, i-Phones y otros *smartphones* que posibilitan un mayor grado de movilidad y conexión a internet.

Si entendemos el término *virtual* como algo “que tiene existencia aparente y no real”,⁴ nos percatamos de que este tipo de cultura⁵ se caracteriza por tener una especie de volatilidad de la materia en aras de una búsqueda incesante de representación en la imagen, es decir, una subjetividad cuya cualidad es la evanescencia de lo virtual. Una vez más, como decíamos al iniciar estas líneas, el poder de la imagen, cuya seducción es de fundamental importancia para entender las formas de sensibilidad actual, se centra en la capacidad de transmisión de ideas y emociones sin pasar por el filtro de la racionalidad crítica. La publicidad, como decíamos, ha sabido inocular formas de sensibilidad en las que la esfera emocional es hiperestimulada y la dimensión de lo intelectual se anestesia mediante lógicas virales y virtuales que apuntan a una misma dimensión: la seducción constante. En varios perfiles de Facebook se aprecia de forma contundente cómo la

³ En este sentido, recomendamos ampliamente el estudio que Roxana Morduchowicz (2008) realizó con población adolescente en Argentina, una de cuyas conclusiones, fuertemente sustentada, es que no por los usos de la tecnología que aquí mostramos, los jóvenes renuncian a salir con sus amigos y verlos “cara a cara”.

⁴ Según el *Diccionario de la Real Academia Española* en internet.

⁵ En otros contextos de la modernidad –cuya similitud, no obstante, converge con esta sensibilidad actual–, algunos autores han relacionado lo *virtual* con las características de un *simulacro* (Baudrillard, 1978) en múltiples vertientes semánticas y diversos escenarios sociales.

emocionalidad es una constante tanto en los discursos como en las fotografías: gente sonriendo, posando a la cámara, intentando seducir y obtener *likes*⁶ para escalar posiciones en la especie de *ranking* de popularidad que resulta esta red social.

En su excelente estudio sobre lo que él denomina “la era de la información”, Manuel Castells se pregunta acerca de las características que tienen nuestros sistemas de comunicación contemporáneos:

¿Qué sistema de comunicación es entonces el que, en contraste con la experiencia histórica previa, genera virtualidad real? Es un sistema en el que la misma realidad (esto es, la existencia material-simbólica de la gente) es capturada por completo, sumergida de lleno en un escenario de imágenes virtuales, en el mundo de hacer creer, en el que las apariencias no están sólo en la pantalla a través de la cual se comunica la experiencia, sino que se convierten en la experiencia (Castells, 2000:406).

Por nuestra parte, creemos que esto se aplica muy bien al fenómeno de las redes sociales, cuyo paradigma actual encontramos en Facebook. Además de ello, al establecer una tipología de interacción en la que la imagen es primordial, este tipo de sensibilidad actual nos lleva de nuevo a plantear esta predominancia de lo visual y lo auditivo en una cultura como la nuestra. Ya Norbert Bilbeny, en su libro *La revolución en la ética* (1997), realizó un análisis muy fino acerca de las relaciones entre el uso de los sentidos y el surgimiento de un tipo de ética en particular (el subtítulo de su libro es *Hábitos y creencias en la sociedad digital*). En la también llamada *sociedad digital* (Lévy, 2007) existe una cierta forma de percibir el entorno en la que las formas simbólicas encuentran una realización cuya diversificación es tan amplia como usuarios existan, sólo que predomina en el fondo una sensación de fragmentación de las identidades que, más que angustia, como tal vez podría esperarse de acuerdo con una ética, una sensibilidad y una subjetividad previas históricamente hablan-

⁶ *Like*, que en inglés significa “gustar”, es una aplicación que activan los usuarios ante fotografías, *posts* o comentarios de otros usuarios para obtener popularidad, ser aceptados y estar “presentes” en comunidades de amigos.

do, produce una exaltación de las emociones y una excitación que se evapora fácilmente en la pantalla, sin llevar, por lo general, este tipo de actitudes al mundo externo, “real”.

En este sentido, al problematizar nuestra concepción moderna de lo que es “real”, el cambio histórico al que asistimos —y en el que estamos envueltos tal vez de formas un tanto evanescentes—, tiene un impacto directo en todos y cada uno de los niveles que conforman nuestra subjetividad. Dos conceptos muy significativos para entrar a una problematización de lo que entendemos y percibimos como real son las categorías de *espacio* y *tiempo*, mismas que Castells también aborda. Él nos habla de un *espacio de los flujos* y de un *tiempo atemporal*, conceptos ambos que rompen con las nociones tradicionales que la física impuso sobre nuestras percepciones de tiempo y espacio. No está de más recordar que hay una gran distancia entre las conceptualizaciones de espacio-tiempo que plantea Newton en el siglo XVIII, y aquellas que Einstein teoriza más cerca de nuestros días, por citar dos ejemplos canónicos dentro del área de la física.

Otro autor contemporáneo, el sociólogo Zygmunt Bauman (2003), ha planteado en su obra homónima una *modernidad líquida*, en donde la volatilidad de las instituciones, ideas, conceptos y, sobre todo, relaciones humanas, así como la liberación de muchas fuerzas sociales que la modernidad trajo consigo, muestran una especie de incertidumbre por la plasticidad que las caracteriza, es decir, por la *fluidéz* de nuestra vida actual, contraponiendo como metáfora el comportamiento de los líquidos *versus* los sólidos tal como son entendidos en la física. Uno de los temas en torno a los cuales Bauman ha reflexionado es el de los temores y las incertidumbres que se están generando en sociedades como la nuestra:

El tipo de incertidumbre, de oscuras premoniciones y temores respecto al futuro que acosan a hombres y mujeres en el entorno social fluido, en perpetuo cambio, en el que las reglas del juego cambian a mitad de la partida sin previo aviso o sin una pauta legible, no une a los que sufren: los separa y los aísla (Bauman, 2003:42).

Es interesante pensar en las consecuencias que todas estas lógicas tienen en las formas de interacción con los otros, así como con las modalidades de relación que establecemos con nosotros mismos, es decir, en el tipo de subjetividades que están así emergiendo y en la relación dialéctica que se establece con el concepto de *alteridad*, mismos que van de la mano, como podemos ver claramente. Estas características son muy aplicables a este tipo de *sensibilidad* actual que se manifiesta en Facebook. Por un lado, nuestra cultura se caracteriza por una superficialidad que ya ni siquiera podemos llamar epidérmica, ya que el contacto físico, “real”, con los otros tiende a quedar, si no totalmente anulado, sí en un segundo plano en muchas circunstancias. Otro punto importante aquí es la búsqueda incesante de cantidades abrumadoras, por ejemplo, en la cantidad de “amigos” que uno puede acumular en una red social como Facebook. Algunos usuarios llegan a tener más de mil “amigos”.⁷ Es importante subrayar que este tipo de “amistad”, más que implicar una cercanía y unión, tal como se entendía en un pasado no muy remoto, conlleva una fuerte tendencia, justo como señala Bauman, al aislamiento social real, es decir, aquel que implica un contacto físico.

Es importante mencionar que investigaciones más específicas podrán arrojar datos más que interesantes, ya que, como decíamos, hay tendencias en las que los usuarios no sustituyen el “estar afuera” con amigos por el estar “adentro con la computadora” (Morduchowickz, 2008). Es decir, hay que cuidarse mucho de no generalizar en un fenómeno cuya capacidad de plasticidad y dinamismo es verdaderamente abrumadora. Aunque, por otro lado, algunas otras veces dicho aislamiento sí sucede, como es el caso extremo de los *hikikomoris* en Japón: “La intensa virtualidad de la vida japonesa ha producido los hikikomori, sustantivo que viene de ‘apartarse’ o ‘recluirse’. Se trata de adolescentes que se encierran en una habitación por tiempo indefinido, sin más contacto que su computadora” (Villoro, 2009:131).

⁷ Al respecto, en su libro *Eros. La superproducción de los afectos*, Eloy Fernández Porta analiza la “obsesión relacional” que comportan este tipo de “lógicas reticulares virtuales”, por llamarles de algún modo, así como la gran importancia de la capitalización y explotación comercial de las emociones en nichos de mercados facilitados por redes sociales como Facebook, precisamente.

El hecho de poder tener muchos amigos virtuales los convierte en una especie de posesión de objetos simbólicos que puede crecer día con día. Esta lógica de la acumulación, una de las características del sistema económico capitalista, necesaria para su desarrollo y extensión, parece encontrar plena resonancia en otras esferas del Facebook: sus múltiples aplicaciones, cuestionarios, juegos, etc. Es como si todo entrara en una dinámica que explota al máximo las posibilidades de acumular pequeños datos, muchos amigos, información y “relaciones” insospechadas entre el tipo de interacción entre los usuarios. Algunos ejemplos al respecto:

Quiz 1:⁸ ¿Le donarías un órgano a Carlos?...

Quiz 2: ¿Cual es tu psicopatología?.....

Quiz 3: ¿Tu ex todavía te quiere?....

A partir de preguntas como éstas se generan cadenas virales en las que se participa con respuestas cortas, muy superficiales y con un ánimo de broma jocosa en la mayor parte de los casos. Se refleja así un sentimiento de *inmediatez en la experiencia*, una especie de *anulación de la reflexión*, así como una exaltación de la ocurrencia instantánea: una evanescencia en las formas de las subjetividades que van así emergiendo constantemente.

Las posibilidades de representación de varios temas, como la amistad, el amor o intereses varios, se ve “engrandecida” con los recursos, la implementación y la explotación de este tipo de lógicas virales y virtuales. Si atendemos al concepto de *virus* y lo relacionamos con dichas representaciones, emulaciones (simulacros) y tipos de interacción, comprenderemos la capacidad de penetración y expansión que Facebook ha tenido últimamente.

Ahora bien, si en la dimensión de las representaciones predomina esta plasticidad para jugar con los temas y generar relaciones

⁸ *Quiz* significa varias cosas: preguntar o interrogar en un concurso, por ejemplo, *Quiz show*, que sería como un espectáculo de televisión con preguntas. Creemos que en efecto encaja muy bien con este tipo de sensibilidad actual que refleja Facebook y pensamos en muchas de las ideas de Guy Debord en su ya clásico libro *La sociedad del espectáculo* (2000).

insospechadas, en la esfera de la *autorrepresentación* predomina una *estetización superficial* de la figura de uno mismo. La mayoría de las fotografías en donde aparecen personas en Facebook apunta a un tono emocional de felicidad muy vanidoso: por un lado, todos viven felices, contentos y sin conflictos, y por el otro, hay una extrema preocupación por “verse bien” en todo momento y contexto. Se “realiza” así una de las aspiraciones centrales del sistema capitalista: ofrecer la satisfacción de las necesidades de los individuos. Por supuesto, al entrecomillar la palabra “realiza” quiero hacer alusión a lo ficticio de dicha ejecución, cuya realidad es más de índole simbólica que real, con todo lo que esto implica. Además, lo que vemos claramente con esto es la confirmación de una idea plenamente marxista: la creación de nuevas necesidades, como lo es ésta de la *obsesión relacional*. El carácter ficticio de dicha realización apunta a la eclosión (o, tal vez, conclusión) de esta sensibilidad actual en la que predomina lo *light*,⁹ lo superficial y una concepción de simbolismo que encuentra muchas formas de materialización electrónica en la esfera de la representación, mas no una conciencia profunda de lo que significa este prototipo de satisfacción de necesidades simbólicas en su complejidad y amplia extensión social y, sobre todo, psicológica. Algunos autores han atribuido un grado de narcisismo extremo (patológico) en breves estudios realizados con usuarios de Facebook: tanto la megalomanía que expresan algunos perfiles como la reclusión en un lugar cerrado con una computadora por periodos prolongados responderían a personalidades narcisistas en el fondo (Rosen, 2011). Esta excesiva preocupación por actualizar sus perfiles y lograr una imagen perfecta de sus identidades en un soporte material, se nos ocurre, satisface también uno de los deseos más profundos de los seres humanos: la trascendencia. Sabemos que ésta se satisface en la mayoría de las personas con la procreación de hijos, en donde la dimensión de lo

⁹ *Light*, en inglés “ligero”, “liviano”, no sólo alude a un conjunto de productos bajos en grasa. Aquí lo entendemos como una cara más de esta *sensibilidad actual*, en donde las ideas de conflicto, tensión y complejidad quedan prácticamente anuladas en aras de lo simple, lo fácil de digerir en términos intelectuales, lo poco elaborado y que no requiere gran capacidad de atención y abstracción, justamente como el tipo de manifestaciones de la subjetividad y alteridad que en Facebook se expresan.

biológico es un argumento central. Podemos pensar así en un deseo de inmortalidad, de *trascendencia virtual* mediante la permanencia, siquiera evanescente, de imágenes en la pantalla de una computadora. Imágenes, en el caso de Facebook, cuya “perfección” aludiría a una absoluta negación de la realidad circundante, muy “imperfecta”, dolorosa y gris muchas veces, pero “real” al fin y al cabo. En palabras de Baudrillard, que no fueron escritas específicamente en este contexto pero nos parece apuntan a este tipo de *sensibilidad actual*:

Esta compulsión de inmortalidad, de una inmortalidad definitiva, gira en torno a una locura singular: la locura de lo que ha alcanzado su objetivo. La locura identitaria, locura de saturación, de compleción, de repleción. La ilusión mortífera de la perfección: como son esos objetos cuyo desgaste, muerte y envejecimiento han quedado erradicados por la técnica. El disco láser compacto. No se desgasta, ni aunque se utilice. Es terrorífico. Es como si jamás lo hubiéramos utilizado. Es como si no existiéramos. Si los objetos ya no envejecen con nuestro trato, es que estamos muertos (Baudrillard, 1993:153).

Por otro lado, una fuerte tendencia en toda la lógica subyacente en esta red social es una ausencia muy significativa de pensamiento crítico, misma que concuerda plenamente con el tono emocional y tipo de sensibilidad que caracteriza a los grandes medios de comunicación masiva, cuyo paradigma encontramos en la televisión comercial. ¿Entrenamiento mental inoculado por intereses ocultos o simple diversión de una cada vez más relevante cantidad de “individuos” (es decir, *subjetividades* que se piensan, se creen plenamente “individuales”) ejerciendo su “libertad” de opinión y unas supuestas capacidades de inserción política, social y estética en el mundo contemporáneo? Obviamente, me inclino por la segunda opción, sólo que, una vez más, poniendo en entredicho las concepciones que predominan en Facebook acerca de conceptos como *libertad*, *política*, *estética* y *ética*. Señalado este matiz, también es cierto que podemos observar algo de lo implícito en la primera pregunta¹⁰ en

¹⁰ Al respecto, es importante no olvidar los usos comerciales que hacen de Facebook una página que compite, si no es que ya supera, a páginas como Google. El libro *El efecto*

estas lógicas, pero sobre todo en el tipo de sensibilidad actual predominante en estos círculos.

Un punto fundamental en todo esto es que asistimos, ya sea como espectadores, críticos o simplemente *usuarios pasivos* (aunque parezca paradójica la expresión), a una serie de metamorfosis que han revolucionado las formas en las que vivimos el ambiente que nos rodea, las interacciones con los otros y la relación que establecemos con nosotros mismos, es decir, el tipo de *subjetividades contemporáneas emergentes*. Desde esta perspectiva, es interesante pensar que coincidimos también con Foucault, no necesariamente contraponiéndolo con lo que hemos dicho sobre Lipovetsky, como otros lo han hecho ya acertadamente, sino en tanto creemos que existen también ciertas convergencias que nos pueden ayudar a pensar más a fondo, desde perspectivas más plurales, los fenómenos sociales que en estas páginas abordamos. Las siguientes palabras de Foucault de hecho se refieren a una etapa histórica que él señala como la modernidad, cuyas raíces intelectuales localiza en la *Aufklärung* kantiana, y en donde Foucault, rescatando la parte del pensamiento crítico que Kant instaura en el discurso filosófico moderno, propone tres esferas de conjuntos de prácticas en las cuales debiera recaer el interés de la investigación filosófica contemporánea: “Estos conjuntos prácticos corresponden a tres grandes ámbitos: el de las relaciones de dominio sobre las cosas, el de las relaciones de acción sobre los otros, el de las relaciones consigo mismo” (Foucault, 2003:95).

Es decir, Foucault hace hincapié en tres niveles muy específicos de la “realidad”: la relación con nuestro entorno, con los otros y con uno mismo. Me parece pertinente traer a colación las ideas del filósofo francés cuya muerte en 1984 ya no le permitió vislumbrar el fenómeno que la expansión de internet trajo consigo años después. Sólo queda imaginar lo enriquecedora que habría sido su lectura de dicho fenómeno. Ahora bien, Foucault, en este texto en particular, hace una especie de reivindicación de un sujeto cuya autonomía reconoce hasta cierto punto, subrayando como siempre una serie

Facebook, del periodista David Kirkpatrick, indaga en ese y otros sentidos, mismos que no son elementos centrales para la reflexión de este ensayo.

de limitantes que la modernidad impuso mediante variadas técnicas de subjetivación que él mismo analizó muy profundamente en su amplia obra en general, poniendo énfasis en las implicaciones que la lectura de Kant dejó en él (lectura muy particular, muy crítica e ilustrada), y señalando la radical importancia que la *crítica* como papel activo debiera fungir por parte de los sujetos habitantes de la modernidad. Poner en cuestionamiento lo que hacemos y las razones a las que aludimos al hacerlo, así como desentrañar lo que pensamos y exteriorizarlo mediante algún método introspectivo que permita primero identificarlo para después poderlo hablar, pensar y analizar, es una tarea muy significativa. En palabras de Foucault, al realizar un recuento de las tareas críticas que el sujeto de la modernidad se debiera imponer, sobre todo dentro de una tradición filosófica crítica en la que él mismo se inscribe:

Se trata de tomar como dominio homogéneo de referencia no las representaciones que los hombres se forman de sí mismos, ni las condiciones que los determinan sin que ellos lo sepan, sino lo que hacen y la manera en que lo hacen. Es decir, las formas de racionalidad que organizan las maneras de hacer (lo que podría llamarse su aspecto tecnológico); y la libertad con que actúan en estos sistemas prácticos, reaccionando a lo que hacen los otros, modificando hasta cierto punto las reglas del juego (es lo que podría llamarse la vertiente estratégica de estas prácticas) (Foucault, 2003:94-95).

Así, encontramos cierta resonancia en las ideas que el filósofo francés se plantea cuando analiza una serie de aspectos éticos que el sujeto de la modernidad debiera realizar. La exportación, y sobre todo la *apropiación* de sus ideas al ámbito del mundo actual y a este tipo de *sensibilidad actual* que hemos traído a colación nos parecen enriquecedoras para analizar algunos de los fundamentos históricos, políticos y sociales que subyacen en este tipo de *subjetividades emergentes*, justo como está pasando en redes sociales virtuales como Facebook.

Por mi parte, el interés particular en el tema de internet y la forma en que afecta la conformación de la subjetividad data de hace poco más de una década, cuando concluía mis estudios universitarios, con

una investigación acerca de las expresiones de la subjetividad en el *chat*, cuando las mismas eran llevadas a cabo, más que mediante el hoy también popular y extendido Messenger, mediante diversas “salas temáticas”. Encontramos (fue una investigación en coautoría) que el papel que desempeñaba el anonimato era esencial en la seducción que implicaba el uso del *chat*, y que empleando dicho dispositivo mediático los sujetos daban rienda suelta a su imaginación tomándose a sí mismos como objetos de la misma: una especie de narcisismo facilitado por un otro anónimo, vía una pantalla de computadora. Al respecto escribíamos:

Con la condición anónima del chat la fantasía se desata de una manera muy diferente a aquella que sucede en las relaciones cara a cara de la vida cotidiana. Al no existir un cuerpo físico delante de nosotros, al no haber rostros, ni olores, ni presencias materiales de los sujetos, la fantasía llena todos los vacíos que plantea esta situación virtual (Hernández y Padilla, 2001:38).

La población con la que trabajamos en ese entonces eran adolescentes de entre 15 y 19 años, porque veíamos con claridad que en esa población joven tanto internet como el *chat* mismo tenían un fuerte impacto. Actualmente, muchos niños tienen acceso a computadoras conectadas vía internet y esta población crece día con día. Hay perfiles de Facebook cuyos usuarios son niños precisamente, y éstos gustan mucho de jugar con las famosas granjas, en donde alimentan animales y organizan la vida social de las mismas... dentro de una pantalla. Además, en algunas ocasiones, no en todas es cierto, esto sí está implicando una pérdida de contacto cara a cara con otros, fenómeno que tendrá que ser estudiado en investigaciones de corte empírico.

Si retomamos la última cita de Foucault, será necesario realizar investigaciones incluyendo trabajo de campo con población en nuestro país para acotar más este *tipo de sensibilidad actual* y precisar así varias de las ideas que aquí quedan no como conclusiones, sino como una invitación a la reflexión y a la investigación *a posteriori*.

Reflexiones finales: las mutaciones necesarias del pensamiento

Los conceptos de *subjetividad* y *alteridad*, legados en cierto modo de la modernidad, pero al mismo tiempo cuestionamientos críticos de su concepción de individuo en su corte burgués y liberal, han sido y seguirán siendo tanto un tema esencial como una herramienta indispensable en años venideros dentro de las ciencias sociales. Un tema esencial porque ha permitido vislumbrar muchos de los cambios en la vida psíquica y social que actualmente nos apabullan con su implacable y fuerte presencia en la vida cotidiana; una herramienta porque, al estar impregnada de la *plasticidad* misma del “objeto” que se proponen estudiar, ha sido, son y serán capaces de adquirir formas diversas conforme pasa el tiempo, así como nuevos enriquecimientos de otras disciplinas —una de sus características sustanciales es su *interdisciplinaridad*—. La *sustancia* misma de la que están constituidas la subjetividad y la alteridad responde a todos estos cambios vertiginosos que la era moderna trajo consigo.

En los tiempos actuales, asistimos a una serie impresionante de cambios en las formas de pensar y actuar de muchas personas, sobre todo la gente joven, ya que son los principales usuarios no sólo de internet, sino de las TIC en general. La apropiación cotidiana de dichos dispositivos tecnológicos comunicacionales es un signo de su concepción del mundo social, del mundo que los rodea, así como de las formas de interacción que tienen con otros y con ellos mismos: un claro indicador de las modalidades de subjetividad contemporánea emergente. El panorama contemporáneo es interesante porque nos confronta con fenómenos cuya novedad muchas veces rebasa nuestra capacidad de comprensión e incluso de asombro. Cada vez es menos fácil que el desarrollo de un nuevo invento o producto llame poderosamente nuestra atención y sea una chispa para producir reflexión, sumergidos como estamos en un mundo en donde el cambio incesante nos arrastra en sus corrientes. El carácter fluido de la vida social actual adquiere mayor poderío aun si no poseemos un desarrollo del pensamiento crítico, contraponiendo éste a la mera sensorialidad excitada lo mismo por los discursos publicitarios que por las lógicas virales y virtuales de comunicación e interacción que,

como hemos venido afirmando, seducen y anestesian la racionalidad y el pensamiento crítico, o bien los inscriben en una lógica que nos recuerda a la idea famosa de Hume respecto de cómo la razón suele ser esclava de la pasión.

En un mundo como el actual, en el que convergen factores como la facilitación de comunicación vía electrónica con muchas personas de muchos lugares, la gran predominancia de la imagen sobre el discurso hablado y, sobre todo, el gran papel que ejercen las emociones sobre la cada vez más anestesiada razón y el aniquilamiento progresivo del pensamiento crítico, se entiende que surjan fenómenos como el de la identidad *emo*,¹¹ misma que desde el nombre se adscribe al mundo de las emociones.

Al replantearnos lo que somos y las formas en que nos relacionamos con el mundo que nos rodea mediante la implantación de las TIC y los dispositivos tecnológicos de comunicación que éstas han traído consigo –cuyo paradigma encontramos en internet–, la concepción del *otro*, tan significativa en la estructuración de uno mismo como sujeto, es de radical importancia. Una de las características que saltan inmediatamente aquí es que ese otro cada vez se virtualiza más en la experiencia cotidiana que tenemos de él. El otro como un ente reducido a imagen y palabras, signos, colores y un par de ideas, la mayor parte de las veces superficiales tanto en su contenido como en su forma, tal como lo refleja un rápido vistazo a Facebook y a esta *sensibilidad actual* cuyas características predominantes son precisamente estar centradas en una sensorialidad exaltada. Es decir, una alteridad en donde las experiencias “sociales” son cada vez más epidérmicas, virtuales y literalmente “a distancia”, en donde muchas de las veces no se “conoce” realmente al otro, sino que la relación es fría y se queda en un número más en la popularidad y cantidad de amigos que se posee en Facebook, desconociéndolo en su profunda otredad humana, subjetiva.¹² Una vez más, acotamos aquí que la exaltación queda

¹¹ Respecto del fenómeno *emo*, véase Hernández (2009:115-136).

¹² Algunos autores, como Ricoeur y Honneth, han hablado de “políticas del reconocimiento” (García Canclini, 2011): no solamente la “tolerancia” de los otros, sino una aceptación más cercana, profunda y necesariamente compleja, visualizando el conflicto cultural y las tensiones sociales que engendran el contacto con los otros. García Canclini

reducida a dos sentidos: vista y oído. El tacto y el olfato, de por sí ya bastante reprimidos en la era moderna al cobijo de un discurso que para bloquearlos apeló a la higiene médica y a evitar una erotización percibida como peligrosa, quedan ahora relegados al limbo de lo inexistente en el contacto virtual. Éste es, pues, un gran logro de los dispositivos de poder implantados en la modernidad, a diferencia de lo planteado por Lipovetsky y en concordancia plena con muchas de las ideas de Foucault: una especie de régimen de videovigilancia promovida por poderes fácticos e implementada por la extensión en la comercialización de las aplicaciones de las TIC, y ejercida cada vez más por sujetos pasivos en la realidad social y política, aunque, no obstante, muy activos en redes sociales en donde manifiestan su “libertad” mediante *posts* y actualizaciones constantes, algunas veces verdaderamente obsesionados, en sus perfiles de Facebook.

Ahora bien, históricamente hablando es muy pronto para llegar a conclusiones en este sentido. También parecería erróneo contraponer ambas posturas pensando que el sujeto de los tiempos actuales está más sujetado que antes, o bien que está experimentando una serie mayor de liberaciones. Más bien parece que, como cuando se plantean ideas con lógicas binarias y excluyentes, es muy fácil caer en trampas conceptuales y en ilusiones de totalización, justo como mucho del pensamiento de la modernidad produjo. Las lógicas y las dinámicas de la vida social contemporánea responden más a procesos fluidos y circulares, que a tendencias lineales y mecánicas, como muchos todavía de hecho piensan. Conceptos como *subjetividad*, *identidad* y *alteridad* tendrán que seguir siendo replanteados, reformulados y puestos en cuestionamiento crítico conforme el futuro nos alcanza, sólo que, desde nuestra perspectiva, inscribiéndonos en un discurso crítico que, a diferencia de lo que pasa en redes sociales

reflexiona acerca de una “sociedad del desconocimiento”, contraponiéndola con la noción más extendida de “sociedad del conocimiento”, problematizando temas como las diferencias y las desigualdades que el mundo actual trae consigo, y haciendo una crítica política, social, económica y antropológica de las implicaciones de fondo que conlleva un planteamiento simple de una sociedad “conectada” (del conocimiento), cuando sólo se toman en cuenta factores cuantitativos, informáticos y tecnológicos en bruto sin una amplia contextualización sociocultural.

como Facebook, plantee preguntas e introduzca complejidad sin dejarse arrastrar por el carácter fluido y vertiginoso de la vida social actual. En este sentido, deseamos cerrar estas líneas con unas palabras de Paul Ricoeur, quien plantea una serie de preguntas que nos parecen pertinentes para seguir pensando fenómenos como Facebook y el posible impacto que tiene en la conformación de las nuevas subjetividades, mismas que habitamos en un aquí-ahora que parece disiparse de forma acrítica en pantallas de computadoras, bajo lógicas de interacción virales y virtuales en donde un factor esencial es la anestesia del intelecto y la seducción de la imagen, aniquilando así la posibilidad de preguntarnos a nosotros mismos qué y quiénes somos:

Al introducir la problemática del sí por medio de la pregunta *¿quién?*, hemos abierto al mismo tiempo el campo de una verdadera polisemia inherente a esta misma pregunta: ¿quién habla de qué?; ¿quién hace qué?; ¿acerca de qué y de quién se narra?; ¿quién es moralmente responsable de qué? (Ricoeur, 1996:32).

Preguntas todas que, por el momento, no serán planteadas en una red social como Facebook, al menos en México por lo que se puede ver, aunque no podemos afirmarlo tajantemente, ya que el potencial de sorpresa que tiene este interesante dispositivo tal vez apenas empieza a manifestarse de formas que no estamos logrando comprender con esquemas cognitivos y herramientas conceptuales que son a veces rebasados por lógicas cuya velocidad produce vértigo. Por todo esto, es importante mantenerse atentos a este tipo de fenómenos sociales en el futuro cercano, antes de que éste nos rebase cegándonos con su movimiento...

Bibliografía

- Baudrillard, J. (1978), *Cultura y simulacro*, Kairós, Barcelona.
 _____ (1993), *La ilusión del fin. La huelga de los acontecimientos*, Anagrama, España.

- Bauman, Z. (2003), *Modernidad líquida*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Berlin, I. (2004), *Sobre la libertad*, Siglo XXI, México.
- Berman, M. (2001), *Todo lo sólido se desvanece en el aire*, Siglo XXI, Madrid.
- Bilbeny, N. (1997), *La revolución en la ética. Hábitos y creencias en la sociedad digital*, Anagrama, Barcelona.
- Castells, M. (1996), *La era de la información*, Siglo XXI, México.
- Debord, Guy (2000), *La sociedad del espectáculo*, Pre-textos, Valencia.
- Fernández, E. (2010), *Eros. La superproducción de los afectos*, Anagrama, México.
- Foucault, M. (2003), *Sobre la Ilustración*, Tecnos, Madrid.
- Freud, S. (2001), “Psicología de las masas y análisis del yo”, en S. Freud, *Obras completas*, t. XVIII, (9ª reimpresión) Amorrortu, Buenos Aires.
- García Canclini, N. (1995), *Consumidores y ciudadanos*, Grijalbo, México.
- Habermas, Jürgen (1993), *El discurso filosófico de la modernidad*, Taurus, Madrid.
- Hernández, E. (2009), “Diversa identidad: algunas notas a partir del fenómeno *emo*”, *Argumentos*, Nueva Época, año 22, núm. 60, UAM-Xochimilco, México, pp. 115-136
- Hernández, E. y P. Padilla (2001), “El espejo virtual”, *Subjetividad y Cultura*, núm. 17, Plaza y Valdés, México, pp. 37-48.
- Lévy, P. (2007), *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*, Anthropos-UAM, México.
- Lipovetsky, G. (1986), *La era del vacío*, Anagrama, Barcelona.
- Morduchowicz, R. (2008), *La generación multimedia. Significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes*, Paidós, Buenos Aires.
- Ricoeur, P. (1996), *Sí mismo como otro*, Siglo XXI, México.
- Villoro, J. (2009), “Arenas de Japón”, *Letras Libres*, año XI, núm. 131, noviembre, pp. 52-57.

Fuentes electrónicas

- García Canclini, N. (2011), “De la sociedad de la información a la sociedad del desconocimiento”, *Versión*, Nueva Época, núm. 27 (septiembre de 2011). Disponible en [http://version.xoc.uam.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=78:de-la-sociedad-de-la

informacion-a-la-sociedad-del-desconocimiento&catid=35:version-tematica&Itemid=43].

Kirkpatrick, David (2010), *The Facebook Effect. The Inside Story of the Company That is Connecting The World*, Simon & Schuster, Nueva York. Disponible en: [http://books.google.com.mx/books?id=RRUkLhyGZVgC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false].

Rosen, Larry D. (2011), "Poke Me: How Social Networks Can Both Help and Harm Our Kids", 119th Annual Convention of the American Psychological Association. Disponible en [<http://www.apa.org/news/press/releases/2011/08/social-kids.aspx>].

Recibido el 15 de noviembre de 2011

Aprobado el 22 de marzo de 2012