

## ATREVERSE A CAMBIAR

**Palabras clave:** Redes sociales.

*“Y sin duda nuestro tiempo... prefiere la imagen a la cosa, la copia al original, la representación a la realidad, la apariencia al ser... lo que es “sagrado” para él no es sino la ilusión, pero lo que es profano es la verdad. Mejor aún: lo sagrado aumenta sus ojos a medida que disminuye la verdad y crece la ilusión, hasta el punto de que el colmo de la ilusión es también para él el colmo de lo sagrado”.*

*La esencia del cristianismo  
Feuerbach Ludwig*

*Traducido por Carola Tognetti (2019)*

La fijación es igual a rigidez e inmovilidad; una fijación que deja de lado lo otro, aquello que excede las capacidades de comprensión o que está destinado a ser pasado por alto por elección, supone de alguna manera aceptar mejor la ignorancia a la realidad, dar la espalda y continuar. No se observa, no se reflexiona, no se argumenta, no se corrige.

De acuerdo con Lipovetsky (2006), [los tiempos hipermodernos](#) han sufrido con la aparición de la pantalla, del consumo, propiciando un cambio radical en la cultura, pues, lo único que se espera de esta es diversión. Individuos preocupados por su felicidad personal<sup>1</sup>, *La era del vacío (1986)* *El imperio de lo efímero (1987)* la moda

<sup>1</sup> *Precisamente, la redefinición de la individualidad en torno al consumo y el placer han propiciado la extensión del narcisismo como forma de vida social. En palabras de Gilles Lipovetsky (1986:127): «...el narcisismo designa el surgimiento de un perfil inédito del individuo en sus relaciones con él mismo y su cuerpo, con los demás, el mundo y el tiempo. En el momento en que el ‘capitalismo’ autoritario cede el paso a un capitalismo hedonista [...] acaba la edad de oro del individualismo, competitivo a nivel económico, sentimental a nivel doméstico, revolucionario a nivel político y artístico, y se extiende un individualismo puro, desprovisto de los últimos valores sociales que coexistía aún con el reino glorioso del homo economicus, de la familia, la revolución y el arte. Emancipada de cualquier marco trascendental, la propia esfera privada cambia de sentido, expuesta como está únicamente a los deseos cambiantes de los individuos».*

encarnada en el orden de las apariencias en beneficio del interminable espiral de la fantasía.

¿Cómo desentrañar y dar razones de nuestros presupuestos morales (sean creencias, normas o valores)? porque, aunque no haya una sola razón o explicación, sigue sirviendo para dar sentido a nuestras prácticas personales y sociales, a nuestra cultura, vista “no sólo como la suma de diversas actividades, sino como un estilo de vida” (Eliot TS, 1979, p.), en tanto que, ella debe ser la manera de llamar la atención sobre graves problemas que acosan a la sociedad, y no el mecanismo de ayuda para olvidarlos y distraer.

Es importante pensar de manera más compleja las transformaciones que enfrentamos ante el incremento exponencial de la mediación tecnológica...

*Estamos realizando la transición a lo que los economistas llaman una “economía de la experiencia”, un mundo en el cual la vida de cada persona se convierte, de hecho, en un mercado de publicidad. En los círculos de negocios el nuevo término operativo es el «valor de la esperanza*

*de vida» del cliente, la medida teórica de cuánto vale un ser humano si cada momento de su vida se transformara en una mercancía de una forma u otra en la esfera comercial. En esta nueva era la gente adquiere su misma existencia en forma de pequeños segmentos comerciales. [...] (Rifkin, 2000, pp. 18-19)*

En este sentido, se resalta la manera como la producción cultural, donde se comercializan experiencias envasadas en mundos simulados con acceso rápido y efímero, “hechas a la medida”, transforma la vida social y económica. “La vida resulta cada vez más mercantilizada y desaparecen las diferencias entre comunicación, comunión y comercio” (Rifkin, 2000, p. 20)

Mediante la oferta ilimitada de ilusiones y felicidad, definida como satisfacción de todos los deseos posibles, se mantiene el deseo en falta para un consumo en movimiento y, por consiguiente (y bajo sus propios términos de felicidad) conserva al individuo en una “perpetua” infelicidad (Bauman, 2007, p. 71).

10

## Sumario

Revista de Educación  
Fundación Convivencia No 31  
Enero - Abril 2023

A la vez que se ofrece el consumo fugaz de “la felicidad” aquí y ahora, el individuo se convierte en un producto de consumo que debe ser vendido dentro de las reglas de mercado para ser “incluido” dentro de la comunidad. Reglas que se rodean de la perfección, del contenido socialmente entendido como alegre, exitoso o trascendental.

La búsqueda de los goces privados ha ganado por la mano a la exigencia de ostentación y de reconocimiento social: la época contemporánea ve afirmarse un lujo de tipo inédito, un lujo emocional, experiencial, psicologizado, que sustituye la primacía de la teatralidad social por la de las sensaciones íntimas.<sup>2</sup> (Lipovetsky, 2004, p. 61)

Esta exhibición que busca “saber venderse”, genera individuos deudores de las modas, más abiertos a las exigencias del mercado que soportan sus comunidades, más influenciados, más superficiales, más escépticos y menos profundos, en

<sup>2</sup> Lipovetsky, «Luxe éternel, luxe émotionnel», en Gilies Lipovetsky y Elyette Roux, *Le luxe éternel. De l'âge du sacré au temps des marques*, Gallimard, París, 2003, pp. 60-61 [trad. esp., *El lujo eterno. De la era de lo sagrado al tiempo de las marcas*, Anagrama, Barcelona, 2004, p. 61].

constante presión ante un entorno social que los inquieta y asusta.

*Celia Fuentes, influencer española acabó con su vida en 2017 al no poder lidiar con una depresión rampante y ante la obligación de fingir ante las redes sociales para asegurar una buena cantidad de likes, causa con la que se encontraba obsesionada<sup>3</sup>*

¿Fingir? Lo que se publica en internet está construido desde los parámetros necesarios para ser exhibido y revisado para la aceptación y reconocimiento en otro...

*Cuanto más contempla, menos vive; cuanto más acepta reconocerse en las imágenes dominantes de la necesidad, menos comprende su propia existencia y su propio deseo. La exterioridad del espectáculo en relación con el hombre activo se hace manifiesta en el hecho de que sus propios gestos dejan de ser suyos, para convertirse en los gestos de otro que los representa para él (Debord, 1999, p. 30).*

<sup>3</sup> La perfección en las redes sociales: entre lo superficial y lo épico. André U. Publicado en [https://www.linkedin.com/pulse/la-perfecci%C3%B3n-en-las-redes-sociales-entre-lo-y-%C3%A9pico-andr%C3%A9-ulloa/?trk=pulse-article-more-articles\\_related-content-card&originalSubdomain=es](https://www.linkedin.com/pulse/la-perfecci%C3%B3n-en-las-redes-sociales-entre-lo-y-%C3%A9pico-andr%C3%A9-ulloa/?trk=pulse-article-more-articles_related-content-card&originalSubdomain=es)



11

Revista de Educación  
Fundación Convivencia No 31  
Enero - Abril 2023

Simón Bolívar escribió: «es imposible afirmar con seguridad a qué raza pertenecemos». ¿Cómo podemos tomar decisiones sobre nuestro modo o forma de vida?

*[...] es claro que se requiere formular un conjunto de valores y normas, una ética pública cívica, en un mundo pluralista, en la que se compartan valores y normas para construir una vida juntos, más allá del poder coexistir o convivir, sino dentro de una dinámica en la que a través de proyectos compartidos se dé la oportunidad de descubrir respuestas comunes a los desafíos a los que nos enfrentamos (González, 2023<sup>a</sup>, p.)*

En consecuencia, pensar de manera crítica a través de una intencional reflexión ideológica, en la que se une en diálogo con la realidad y con otros de modo humilde y recíproco con el único fin de determinar un sentido a la existencia. (González, 2023b)

Todo lo que disfrutamos es el resultado del esfuerzo, la creatividad y el riesgo tomado por generaciones pasadas.

12

## Sumario

Revista de Educación  
Fundación Convivencia No 31  
Enero - Abril 2023

Las grandes conquistas y las revoluciones fueron llevadas a cabo gracias al compromiso de hombres y mujeres valientes. Se debe afirmar, más que nunca, que cada persona es un fin en sí mismo y no el medio para los fines de otro, la cooperación a través de la interacción libre y voluntaria de las personas resuelve mejor los problemas, sin olvidar la necesidad de reconocer que:

*La cultura puede ser experimento y reflexión, pensamiento y sueño, pasión y poesía y una crítica constante y profunda de todas las certidumbres, convicciones, teorías y creencias. Pero ella no puede apartarse de la vida real, de la vida verdadera, de la vida vivida, que no es nunca la de los lugares comunes, del artificio, el sofismo y el juego sin riesgo de desintegrarse. (Vargas, 2012, p. 75)*

ya que es el suyo es el ritmo del espíritu humano que se guía por la “lógica del corazón” como sostenía Pascal.

INTEGRITY

Gráfico interactivo, haga clic en los botones para ampliar información

### 1era Aproximación

*La virtud es un hábito que se logra deliberadamente, a través de las acciones habituales.*

### Vendedores de humo

*El pensador crítico “es habitualmente inquisitivo, está siempre bien informado, confiable, de mentalidad abierta y justa, honesto, sin prejuicios, dispuesto a reconsiderar cuestiones varias..*



### Para vivir juntos

*Se vive con la constante influencia de un mundo que no educa, no enseña a pensar, no aporta a la construcción del carácter.*

### “El Héroe” de las Mil Caras

*“Al aplicar la ética al entorno digital cada persona pasa a ser un agente moral, un mediador ético de la realidad en la cual tiene que mediar cada contenido entre las normas sociales, sus responsabilidades, estándares legales y su propia dignidad como persona”  
Ética y redes sociales  
Rogelio del Prado Flores*

*Un héroe se aventura desde el mundo cotidiano a una región de maravillas sobrenaturales, allí se encuentran fuerzas fabulosas y obtiene una victoria decisiva.*

13 Revista de Educación  
Fundación Convivencia No 31  
Enero - Abril 2023

## Referencias

BAUMAN, Z. (2007) *Vida de consumo. Fondo de cultura económica*

DEBORD, G. (1967) *La sociedad del espectáculo. Texto íntegro en castellano de La société du spectacle, Champ Libre, 1967, traducción de Maldejo para el Archivo Situacionista Hispano (1998). Recuperado el 18 de mayo de <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/Societe.pdf>*

GONZÁLEZ M. R. (2023a). *Ética y Convivencia para vivir juntos. Recuperado de <https://www.fundacionconvivencia.org/post/%C3%A9tica-y-convivencia-para-vivir-juntos>*

GONZÁLEZ M. R. (2023b). *Ética y Convivencia. Una primera aproximación. Recuperado de <https://www.fundacionconvivencia.org/post/%C3%A9tica-y-convivencia-una-primera-aproximaci%C3%B3n>*

ELIOT, T.S. (1979). *Notes towards the definition of Culture. Faber and Faber, London.*

LIPOVETSKY, G. (1986) *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo. Barcelona, Anagrama.*

LIPOVETSKY, G. (1987) *L'empire de l'éphémère. La mode et son destin dans les sociétés modernes, Gallimard, París, 1987. (El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas, Anagrama, Barcelona, 1990, trad. de Felipe Hernández y Carmen López.)*

LIPOVETSKY, G. (2006) *Los tiempos hipermodernos. Barcelona, Anagrama. Recuperado el 18 de mayo de <https://cursoshistoriavdemexico.files.wordpress.com/2019/07/lipovetsky-gilles-y-sc3a9bastien-charles-los-tiempos-hipermodernos.pdf>*

RITZER, G., (2000). *El encanto de un mundo desencantado, Barcelona, Ariel.*

VARGAS, Llosa., (2012) *La civilización del espectáculo. Barcelona. Anagrama.*

