

January 2015

Los perfiles ciudadanos que modelan la red del Facebook. Una reflexión desde la posmodernidad

Yebrail Castañeda Lozano

Universidad de La Salle, Bogotá. Facultad de Educación. Licenciatura en Educación Religiosa,
ycastaneda@unisalle.edu.co

Follow this and additional works at: <https://ciencia.lasalle.edu.co/ruls>

Citación recomendada

Castañeda Lozano, Y. (2015). Los perfiles ciudadanos que modelan la red del Facebook. Una reflexión desde la posmodernidad. *Revista de la Universidad de La Salle*, (68), 163-176.

This Artículo de Revista is brought to you for free and open access by the Revistas de divulgación at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in *Revista de la Universidad de La Salle* by an authorized editor of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

Los perfiles ciudadanos que modelan la red del Facebook.

Una reflexión desde la posmodernidad*

Yebrail Castañeda Lozano**

■ Resumen

Mark Zuckernbeg en 2004 creó la red social llamada Facebook. A partir de su creación y hasta nuestros días, las relaciones interpersonales se han transformado significativamente. Se han presentado diversas variaciones en las formas de la comunicación, en las manifestaciones de las emociones y de las sensibilidades, en las visiones de los conceptos como la amistad, el mensaje, el gusto, entre otros. El paradigma que se impuso en la red es la promoción de la individualidad propio del discurso posmoderno. Un usuario de la red tiene muchos amigos pero se encuentra solo al frente a su dispositivo. El objetivo de este artículo está en precisar una taxonomía desde el ángulo de la posmodernidad para categorizar los perfiles de ciudadanía que se están modelando en la red de los diferentes usuarios que frecuentan en este mundo virtual. Para ilustrar y tematizar la

* Esta ponencia es resultado de la investigación en proceso titulada *Diversidad cultural y educación escolar en Brasil y en Colombia: implicaciones en profesores y en profesoras*, financiada por las universidades de La Salle y de Paraná.

** Licenciado en Filosofía y Letras; especialista en Filosofía de la Educación de la Universidad de La Salle; magíster en Educación de la Universidad Javeriana y candidato a doctor en Filosofía de la Universidad Santo Tomás. Docente del programa de la Licenciatura en Educación Religiosa de la Facultad de Educación de la Universidad de La Salle. Perteneció al grupo de Colciencias Educación Ciudadana, ética y Política Clasificado en A. Correo electrónico: ycastaneda@unisalle.edu.co.

taxonomía de dichos perfiles, se acudirá a la noción de ilusión, desde las obras de Baudrillard específicamente con su trilogía: *La ilusión del fin. La huelga de los acontecimientos* (2004), *E complot del arte. Ilusión y desilusión estética* (2006) y *La ilusión vital* (2002).

Palabras clave: posmodernidad, Facebook, perfiles ciudadanos.

Introducción

Nociones centrales

Para esta reflexión se abordarán las nociones de la posmodernidad, de la ciudadanía y de la red de Facebook.

La posmodernidad es un concepto que surgió a mediados del siglo xx, pero sus postulados se han ido incorporando en las primeras décadas del siglo xxi. En las proposiciones posmodernas de los principales autores se encuentran el pensamiento industrial en Lyotard (1987, 1987b, 1988); el pensamiento débil en Vattimo (1990, 2000, 2006); el pensamiento líquido en Bauman (2001, 2001b y 2001c); el pensamiento vacuoso en Lipovetsky (2006, 2008, 2010); el pensamiento de la acumulación de Harvey (1998, 2004, 2012); el pensamiento de la amargura de Cioran (1990, 1993, 1996), entre otros.

Cada una de estas posiciones discursivas tiene características conceptuales diferentes, pero de la misma forma tiene unos puntos de coincidencia, a saber: la posmodernidad es el alejamiento de la modernidad iluminista, ilustradora y enciclopedista que da paso a una época de discontinuidad, fragmentación y de entropía. Este nuevo ambiente produce un giro antropológico significativo de un hombre dogmático y situado por la razón ilustrada; a un hombre flexible, escéptico y relativizado por la razón emocional agenciado por los medios de comunicación. Finalmente, este nuevo discurso fomentado por las *mass media* y las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) alteró la realidad objetiva natural a una seudorrealidad constituida por la imagen y la virtualidad.

La racionalidad de la modernidad se desplazó por una nueva racionalidad sustentada por el discurso posmoderno del hedonismo, de la emocionalidad y del individualismo. El culto a la formación, a la educación y la responsabilidad social tiene el culto paralelo al fomento de la imagen, la sensibilidad y al egocentrismo. Esta doble racionalidad en las dinámicas humanas se presenta en términos paradójales: mientras que el hombre de la individualidad cuida de su ego y de su imagen, al mismo tiempo solicita de forma enérgica y urgente de la solidaridad colectiva, pero sin ninguna corresponsabilidad con sus congéneres.

La noción de ciudadanía proviene del concepto de ciudadano, cuyas definiciones en los diccionarios de sociología, más o menos, plantean lo siguiente: el ciudadano pertenece a la ciudad, por lo tanto es aquel "quien tiene derecho de hacer parte de la ciudad" (Greco, 2008, p. 78). El vocablo de derecho indica que el ciudadano tiene deberes y derechos jurídicos por pertenecer a la ciudad. Con este orden de ideas la ciudadanía se conceptualiza jurídicamente como aquel "estatus eminentemente formal [...] mediante un complejo de derechos [...] y deberes [...] por el cual una persona goza o ejerce" (Greco, 2008, p. 78). Hay que anotar que las nociones de ciudadano y de ciudadanía han trasegado por la premodernidad, la modernidad y por supuesto por la posmodernidad.

La premodernidad, comprendida por los períodos históricos de la Antigüedad y del Medioevo, abordó las nociones de ciudadano y de ciudadanía; por un lado, desde el paradigma de la ley natural de la polis griega y, por el otro, desde el paradigma de la ley divina promovida por el Reino de Dios, respectivamente. Con la Modernidad se instauró la racionalidad subjetiva, y se desplazó así la racionalidad objetiva, de las expresiones sociales y políticas dogmáticas, como las jerarquías monárquicas y nobiliarias. De esta forma, al ciudadano y a la ciudadanía ilustrada con la Revolución Francesa se les garantizaba la libertad, la igualdad y la fraternidad. No obstante, con la Revolución Industrial este sujeto quería más libertad, mejor igualdad y mayor protección del colectivo.

Estas exigencias fueron alistando los terrenos para la preparación de los discursos de la posmodernidad. Este nuevo espíritu reflexivo incorporó los conceptos

de individuo y de individualidad en las nociones de ciudadano y de ciudadanía. En esta subjetividad individual se acentuaron las propiedades de lo complejo, múltiple y plural propio de una realidad que se transforma decadente, nihilista y caótica por la industrialización y por los actuales sistemas económicos mezquinos. El ciudadano y la ciudadanía posmoderna desplaza la racionalidad ilustradora por la racionalidad emocional, y esta fractura epistémica es aprovechada por los medios de comunicación, con lo cual se fomenta una cultura de la sensibilidad y de la emocionalidad hacia el excesivo consumismo de bienes, de tecnología y de entretenimiento.

La noción de la red social de Facebook, junto con el Internet, es una síntesis de una tradición tecnológica en los medios de comunicación, que fueron forjando en sus momentos históricos las diferentes culturas de la posmodernidad; la radio que fraguó la cultura de la información que pasó de ser un medio de testimonio de la realidad a un fin de entretenimiento como está actualmente. La televisión y el cine proyectaron la cultura de la imagen que transitó de un medio audiovisual de programas a un referente tendencial de los actuales estilos de vida de los individuos. El Internet junto con sus diversas plataformas, trazó la cultura de la conectividad, el objetivo primordial de ser un medio de comunicación y de socialización entre los usuarios pasó a ser un punto de encuentro entre los individuos que se conectan para socializar sus sensibilidades y sus emocionalidades.

Vattimo, en su obra de la sociedad transparente, vaticinó que el mundo con las *mass media* sería una botella trasparente por la capacidad de conexión y de comunicación. El paradigma de la conectividad se manifiesta en esta red del Facebook con una plataforma sencilla, comprendida por unos *banners*: búsqueda de personas, actualización del estado y publicación de opiniones, el muro de comunicación de acontecimientos, la lista de amigos y el chat. Esta red anuló el espacio y el tiempo, para lograr que los usuarios se conectaran de forma efectiva. La conectividad cambió el mundo complejo, plural y diverso por uno simple, unitario y homogéneo. Por ello la globalización es más transparente.

La literatura sobre Facebook tiene diversidad de opiniones pero con una constante: esta plataforma ha transformado el comportamiento de la humanidad. Los textos más reconocidos *Facebook: mejore sus relaciones conociendo la red social que conecta el mundo* de Llavina (2011), que lo considera el rey de las redes. El-Sahili González (2014), con su libro *Psicología del Facebook*, y su tesis sobre la privatización de lo público. *Facebook, el nuevo fenómeno de masas*, de Faerman (2009), interroga el concepto de amistad en esta red. Finalmente, Bauman afirma: "Mark Zuckerberg ha ganado con su empresa, centrándose en nuestro miedo a la soledad, eso es Facebook" citado en (Sociólogos, 2014). El éxito de Facebook se debe a que su plataforma fue diseñada a la medida de los individuos porque se pueden conectar, interactuar e hipermedializar mediaciones propias para expresar los sentimientos, las emociones y las afectividades.

El hilo conductor entre las nociones de posmodernidad, ciudadanía y Facebook tiene un frente común y es el concepto de la individualidad. La posmodernidad como discurso industrial, líquido y débil privilegia la individualidad por encima de la colectividad. Esta prelación se precipita en el actual ciudadano y en el modelaje de sus ciudadanías que exige mayores derechos en materia de bienestar, libertad y de igualdad. La red mediante la conexión ofrece estas condiciones y ubica al individuo en una zona de confort hedonista que le posibilita el placer, la entretención, el cultivo de la imagen y manifestación del estilo de vida.

Planteamiento metodológico

Para identificar los perfiles ciudadanos que modela la red de Facebook se requiere un proceso de tematización cuya organización sistemática se haría mediante una estructura taxonómica. El criterio de identificación estriba en el concepto de *posmodernidad* como aquella fractura de la razón ilustradora de la modernidad, para dar camino a la razón emocional de la posmodernidad. Con relación al concepto de *ciudadano* o de *ciudadanía*, es aquel ente que tiene derechos y responsabilidades. Finalmente, el concepto de *facebook* es aquella plataforma que está diseñada y que promueve de forma efectiva las ciudadanías individualizadas.

Reflexionar este perfil de ciudadano o de ciudadanía desde Facebook se hará desde el método de la ilusión de Baudrillard, específicamente desde su trilogía de las obras de *La ilusión del fin. La huelga de los acontecimientos* (2004), *El complot del arte. Ilusión y desilusión estética* (2006) y *La ilusión vital* (2002).

En el primer texto pone en tensión la cuestión de la historia, si es real o se ha desvanecido estereofónicamente por la espectacularidad y sofisticación de los acontecimientos. El autor ubica los acontecimientos en el mismo vacío gracias a la circulación de una multitud de información que produce precisamente una gran desinformación hasta su desaparición. En esta perspectiva la historia no tendría un fin, porque abandonaría sus características cíclicas, para entrar a un nuevo orden cuyas características son la reciclabilidad, el arrepentimiento y la simulación, nociones propias de la posmodernidad. La sustancialidad se encuentra en los medios de comunicación y no en la realidad que se le hace culto a la imagen que no tiene que ver con la verdad, pero sí con la simulación.

En el segundo texto el autor sitúa el tema de la estética, específicamente en el arte actual que produce una melancolía general y permanece en el reciclaje histórico en una retrospectiva infinita. Hay una ilusión de progreso en el arte por la tecnología, por la tecnicidad y los efectos especiales; pero al mismo tiempo surge la desilusión porque esta misma tecnología domina la ilusión y se retira o se desvanece en la misma obra de arte. Este es el caso del cine. El progreso de las tres o cuatro dimensiones en la imagen se transforma en obscena porque se presenta perfecta, pero dicho estereotipo mata la ilusión de fondo.

En el último texto, el autor aborda el asesinato de la realidad de forma analógica al asesinato simbólico que realizó Nietzsche de Dios. La cuestión es que el asesinato de la realidad no es simbólico, sino que hay un exterminio literal. En este sentido, hay una pérdida de utopías e ideologías, hay una falta de creencias, no existen objetos en los que se pueda creer. En cambio, existe un fuerte éxtasis en lo social, corporal, información, temporal, en lo real, en el sexo y en la violencia. La sublimidad de la ilusión de una historia carente de final, de la tensión entre la ilusión y la desilusión estética, para finalizar con la ilusión de haber asesinado la realidad.

Las categorías metodológicas que se infieren desde el contexto de la ilusión de Baudrillard para reflexionar los perfiles de ciudadanos que surgen de la red de Facebook son las siguientes: la reciclabilidad histórica, la simulación estética y la aniquilación de lo real.

Taxonomía de los perfiles ciudadanos desde Facebook

El ciudadano de Facebook es un usuario posmoderno que se identifica mediante un perfil que en la mayoría de casos tiene una fotografía y la descripción de sus datos personales, pero que muchas veces se omiten. Este ciudadano virtual tiene derechos y deberes, pero el usuario los maneja según su criterio individualista de mantenerlo o de eliminarlo según su gusto. A pesar de tener un manejo individual puede tener implicaciones públicas de carácter legal y moral si no hay un buen manejo.

Este ciudadano se mueve desde la racionalidad emocional, sensible y estética mediante los binomios como el “me gusta” o “no me gusta”. Este ciudadano se manifiesta ilusionado pero al mismo tiempo desilusionado. Se encuentra ilusionado cuando fortalece su zona de confort como individuo; sin embargo, se desilusiona cuando las decisiones o las actuaciones de los otros perfiles modifican o no se acomodan sensiblemente a su ego, a su perfil o a su imagen.

El ciudadano de la reciclabilidad histórica

En la reciclabilidad histórica, lo fantástico de los acontecimientos produce el olvido inmediato de estos; por ejemplo, el caso de los siguientes acontecimientos: los indignados de 2011, el fin del mundo en 2012, la declinación del papá Benedicto XVI y la muerte de Chávez en 2013. La tipología de los ciudadanos que emergen es propio de la reciclabilidad histórica cuya figura no es una línea, o una curva, sino un punto.

El ciudadano de la ilusión de la infinitud. Este ciudadano le dedica un significativo número de horas a la plataforma. Esta dedicación se manifiesta por el tiempo que lleva conectado, dinamiza el muro con opiniones y adjuntan toda clase de

fotografías y acontecimientos para ver las opiniones de los demás. También son denominados los ciudadanos *vampish* porque el mayor movimiento se encuentra en las horas de la noche y de la madrugada. La individualidad hedonista le exige estar mucho tiempo conectado porque puede perder algún hecho importante que es susceptible de olvidar a las horas siguientes.

El ciudadano de la ilusión del arrepentimiento. Estos ciudadanos se caracterizan porque expresan su emocionalidad en los comentarios, en las fotografías, en los grupos que se establecen. Pero cuando sienten que su individualidad se encuentra vulnerada viene un proceso de arrepentimiento por las acciones realizadas. Los creadores de Facebook están creando un dispositivo para que los usuarios puedan borrar definitivamente algún tipo de imprudencia sin dejar ningún rastro. Se habla de ser responsables con las opiniones, las fotografías y los comentarios por la red de Facebook y evitar así los remordimientos.

El ciudadano de la ilusión de la fugacidad. Los usuarios que ingresan a Facebook tienen claro el concepto de lo *fugaz* o de lo *impermanente*. Las relaciones son momentáneas y los encuentros son efímeros. Las prácticas más recurrentes son la solicitud de amistades, aceptar las solicitudes, me gusta, no me gusta, ver conversación, desactivar el chat, bloquear el chat, eliminar al amigo, participar en las conversaciones. La ilusión de lo estable se transforma en la desilusión de lo inestable. Esta situación perecedera que acontece en la red de Facebook se desarrolla en la cotidianidad de la vida real. La cuestión para pensar es que cada vez se profundiza paradójicamente la superficialidad en las relaciones interpersonales.

El ciudadano consumista de lo estético

El mercadocentrismo y la simulación estética precisan las nociones tradicionales de lo feo como lo deforme y de lo bello como lo conforme, que en el plano antropológico —ético el paradigma genital— fálico se está reemplazando por el polimorfismo y la androginia. En la red de Facebook las mujeres que se pasan por hombres y viceversa. No hay una delimitación en el género, hay

un rompimiento permanente de los valores, que se habían establecido en la premodernidad y en la modernidad.

La ilusión del ciudadano omnipresente. Este ciudadano tiene el dominio de todos los perfiles que tienen vinculados en la cuenta con su perfil. No obstante, el usuario puede dominar los perfiles, tanto los aceptados como los no aceptados. Esta omnipresencia se refleja en el muro cuando pretenden influir como el Gran Hermano sobre la religión, la moral, el equipo de fútbol, el partido político, las conveniencias del proceso de paz. etc. La omnipresencia se desvanece cuando se desconecta, por eso la urgencia de volverse a conectar. Estos ciudadanos hacen el papel de pastores, sacerdotes, legisladores morales, asesores de imagen, consejeros y psiquiatras.

La ilusión del ciudadano melancólico. Este ciudadano busca la autoafirmación de su individualidad mediante la bipolaridad de la esperanza, del deseo y del anhelo. Pero simultáneamente pasan a la nostalgia, a la tristeza y a la pesadumbre. Esta situación propia de las grandes ciudades se manifiesta en el muro de Facebook, cuyos testimonios se revelan con todo tipo de frases propias de una generación melancólica. En los chats tienen un inventario de emoticones que buscan expresar los diferentes sentimientos y estados de ánimo de cada uno de los individuos. Esta aflicción es la respuesta de un ambiente ciudadano individualizado por la soledad, la insatisfacción, la agresividad y el malestar.

La ilusión del ciudadano de la discontinuidad. Este ciudadano aprovecha la discontinuidad como fenómeno para agenciar su individualidad. La continuidad es el paradigma propio de una cultura de la responsabilidad social. El chat es el modelo de la discontinuidad porque se comunica a la medida de la individualidad de los sujetos. La discontinuidad estriba en que se puede chatear simultáneamente con varias personas. El chateo no es continuo, se pregunta pero se puede responder, cuando el individuo desee o quiera. Se inicia una comunicación, pero no necesariamente se termina. El chateo continuo o discontinuo depende de la estética de la conformidad o de la deformidad de los individuos que envían los comunicados o mensajes.

El ciudadano de la aniquilación de la realidad

La aniquilación de la realidad se ha ido estructurando desde el siglo pasado con los paradigmas estructuradores de las *mass media*. La radio estructuró la cultura de la información generando las actuales dependencias audiristas; la televisión y el cine conformaron la cultura de la imagen y produjeron la alteridad voyerista; las redes sociales establecieron la cultura de la conectividad y crearon así las necesidades *mass* mediáticas de la fama (publicar comentario), el narcisismo (publicar fotografías y *selfies*) y del egocentrismo (publicar mi acontecer). No hay realidad literal. La realidad es observada por los medios de comunicación de forma pornográfica.

La ilusión del ciudadano de la fascinación. Este tipo de ciudadano manifiesta su naturaleza individualizada en la presunción. El Facebook es la plataforma ideal para socializar las presunciones individuales mediante el perfil fotográfico, con las publicaciones en el muro y en los mensajes de los diferentes chateos. El propósito de los individuos está en presentarse fascinantes ante la comunidad virtual, y para ello buscan todos los recursos para mostrarse atractivos y deseados, causar deslumbramiento y realizar actos de seducción. Es el ciudadano de la *sexducción*.

La ilusión del ciudadano de la alucinación. Esta clase de ciudadano se caracteriza por expresar una individualidad jactanciosa. En la red de Facebook, por ser un canal público, se presenta propicio para el engrandecimiento y la arrogancia del ser, del tener y del saber. Pero las redes sociales dentro de una lógica de delirio y de alucinación se establecen la ceguera, el engaño y la obsesión porque la realidad virtual es una simulación con varias oportunidades. Diferente a la realidad literal que no admite simulaciones ni segundas oportunidades.

La ilusión del ciudadano del encantamiento. Este ciudadano se caracteriza por expresar la individualidad de la levitación debido a su narcisismo. Las personas que utilizan la red de Facebook generan ciertos encantamientos para concertar amistades, amores, negocios, favores, etc. Pero queda un gran interrogante: ¿El hechizo, conjuro o éxtasis que sienten los integrantes de la comunidad que

integra el Facebook es por los contenidos que comunican o es por la plataforma en sí? Esta aporía se disuelve por un encantamiento más profundo que la estructura posibilita, la estructuración de una individualidad hedonista, atemporal y narcisista.

Conclusiones

Los escenarios de la posmodernidad y de Facebook están configurando ciudadanías emergentes y acentuando ciudadanías provenientes del siglo xx caracterizadas por la individualización. En esta perspectiva habría que determinar dichos perfiles en las nuevas generaciones de jóvenes que nacieron en la transición de los dos siglos.

La ciudadanía de la reciclabilidad histórica olvida los acontecimientos porque no tienen conciencia de la importancia de la memoria de los hechos. Los hechos históricos para las nuevas generaciones son susceptibles de olvidar y de eliminar porque no significan nada para su individualidad. Paradójicamente se recuerdan los hitos históricos espectaculares gracias a los medios de comunicación, porque los consideran dignos de ser publicitados. Estos ciudadanos son atemporales, no tienen límites en disfrutar al máximo el tiempo, son obsesivos con el hedonismo infinito.

Estos ciudadanos que se ilusionan con disfrutar al máximo el goce y el entretenimiento de igual forma son los ciudadanos que se desilusionan y se arrepienten de sus acciones y actuaciones. Este remordimiento es consecuencia de la emocionalidad de las actuaciones que se expresan con las decisiones cargadas de sensibilidad y de afectividad. Este ciudadano del olvido y del arrepentimiento también es el ciudadano de la fugacidad, porque sus relaciones son iguales a sus conexiones, instantáneas y momentáneas, sin ningún tipo de compromiso. Estas personas observan el acontecer de la realidad de forma efímera, impermanente e inestable.

La ciudadanía estética consumista está centrada en la individualidad mercado-céntrica que busca la simulación estética desde los referentes de la conformidad

o de la deformidad. Se presentan como los ciudadanos de la omnipresencia porque son los legisladores y los reguladores de lo moral, de lo político y de lo religioso. Estas personas son controladoras y manipuladoras con los sentimientos, las emociones o las afectividades, que las buscan para profundizar su individualidad. Este Gran Hermano maneja las redes sociales acogiendo los estilos de vida de los actores, actrices, jugadores o personas de éxito.

Este ciudadano cuando no tiene la recepción o los seguidores necesarios se transforma en el ciudadano melancólico que busca desesperadamente la autoafirmación de su individualidad. Estas generaciones muestran una bipolaridad en los estados de ánimo, que pasan de la alegría a la tristeza sin ningún tipo de explicación y terminan culpando a la sociedad de su situación. En la red con un emoticón puede cambiar su situación personal. El ciudadano de la omnipresencia y el ciudadano de la melancolía se presentan como el ciudadano de la discontinuidad. Esta persona se caracteriza por emprender proyectos y no terminarlos, no tiene planes a mediano ni largo plazo, sus actividades son de corto plazo, todo le aburre. Quiere hacer muchas cosas y no hace ninguna.

La ciudadanía de la aniquilación de la realidad tiene una férrea estructura individual que observan la realidad desde los dispositivos de lo tecnológico y de lo comunicativo. Son personas que le creen a las emisoras, a las películas, a los mensajes del Internet; todos estos medios se han transformado en las religiones posmodernas actuales. Se presentan como los ciudadanos de la fascinación, cuya individualidad está centrada en la presunción, en el deseo, en la atracción y en la seducción, imitando los estilos de ser de las *mass media*. Para los ciudadanos de la alucinación su individualidad gira en lo jactancioso, en el engreimiento, en la arrogancia que les posibilita el ambiente virtual, como la red de Facebook. El ciudadano de la fascinación y de la alucinación se comporta como el ciudadano del encantamiento que proyecta su hechizo hacia los demás y para sí mismo, como efecto de su narcisismo que cuida de su imagen, de su bienestar y de su comodidad.

Bibliografía

- Baudrillard, J. (2002). *La ilusión vital*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Baudrillard, J. (2004). *La ilusión del fin. La huelga de los acontecimientos*. Barcelona: Anagrama.
- Baudrillard, J. (2006). *El complot del arte. Ilusión y desilusión estéticas*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Bauman, Z. (2001a). *La posmodernidad y sus descontentos*. Madrid: Akal.
- Bauman, Z. (2001b). *La modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2001c). *La sociedad individualizada*. Madrid: Cátedra.
- Cioran, E. (1990). *Silogismo de la amargura*. Barcelona: Tusquest.
- Cioran, E. (1993). *La caída del tiempo*. Barcelona: Tusquest.
- Cioran, E. (1996). *El ocaso del pensamiento*. Barcelona: Tusquest.
- El-Sahili González, L. F. A. (2014). *Psicología de facebook*. Guanajuato: Universidad de Guanajuato.
- Faerman, J. (2009). *Facebook, el nuevo fenómeno de masas*. Barcelona: Alienta.
- Greco, O. (2008). *Diccionario de sociología*. Florida: Valetta.
- Harvey, D. (1998). *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes de la cultura*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Harvey, D. (2004). *El nuevo imperialismo: Acumulación por desposesión*. Madrid: Akal.
- Harvey, D. (2012). *El enigma del capital y las crisis del capitalismo*. Madrid: Akal.
- Lipovetsky, G. (2006). *Los tiempos hipermodernos*. Barcelona: Anagrama.
- Lipovetsky, G. (2008). *La sociedad de la decepción*. Barcelona: Anagrama.
- Lipovetsky, G. (2010). *La era del vacío. Ensayo sobre el individualismo*. Barcelona: Anagrama.
- Lyotard, J. F. (1987a). *La condición postmoderna: informe sobre el saber*. Madrid: Cátedra.
- Lyotard, J. F. (1987b). *La posmodernidad explicada a los niños*. Barcelona: Gedisa.
- Lyotard, J. F. (1988). *La diferencia*. Barcelona: Gedisa.
- Llavina, X. (2011). *Facebook: mejore sus relaciones conociendo la red social que conecta el mundo*. s. l.: Profit.

- Sociólogos. (2014). *Zigmunt Bauman: "Facebook está basado en el miedo de estar sólo"*. Blog de Sociología y actualidad.
- Vattimo, G. (1990). *La sociedad transparente*. Barcelona: Paidós.
- Vattimo, G. (2000). *El fin de la modernidad: nihilismo y hermenéutica en la cultura postmoderna*. Barcelona: Gedisa.
- Vattimo, G. (2006). *El pensamiento débil*. Madrid: Cátedra.