

Zygmunt Bauman como profeta. Diez claves en la despersonalización del mundo¹

AGUSTÍN DOMINGO MORATALLA*

Resumen:

Inspirándose en intuiciones del fallecido pensador Zygmunt Bauman en torno a la despersonalización del mundo, el autor pone de relieve algunas claves relevantes de este fenómeno. Bauman usa el término «líquido» para describir la debilidad y vulnerabilidad de las relaciones humanas en la cultura actual. Vivimos en una época de fragilidad de compromisos y certezas, un tiempo de incertidumbre condicionado por la sociedad del espectáculo y la deshumanización de los otros. Reducidos a la condición de consumidores, usuarios, expedientes, se palpa el riesgo de la quiebra de la dignidad del ser humano, y surge la necesidad de revisar los relatos, las narrativas y las prácticas sociales para cuestionar la «liquidez» o debilidad.

Palabras clave:

Despersonalización, dignidad, pensamiento líquido.

Abstract:

Following intuitions of the late thinker Zygmunt Bauman regarding the de-personalization of the world, the author highlights some relevant keys to this phenomenon. Bauman uses the term «liquid» to describe the weakness and vulnerability of human relationships in today's culture. We live in a time of fragile commitments and certainties, a time of uncertainty conditioned by the

¹ El presente trabajo se inscribe en el proyecto de Investigación FFI2016-76753-C2-1, financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades; también dentro de las actividades de investigación del Grupo de investigación y excelencia Prometeo 2018/121, de la Generalidad Valenciana.

* Reiteramos nuestro agradecimiento al autor por el permiso concedido para reproducir este ensayo. Expresamos asimismo nuestro reconocimiento y gratitud a la Revista *Scio* de la Universidad Católica de Valencia por su autorización para adaptar el escrito a nuestra revista *Almogaren*.

society of the spectacle and the dehumanization of others. Reduced to the condition of consumers, users, files, the risk of breakage of the human being dignity is felt, and it arises the need to revise the stories, the narratives and the social practices to question the «liquidity» or weakness.

Keywords:

Depersonalization, dignity, liquid thinking.

I. Introducción: Un profeta entre dos siglos

En el Epílogo al último libro de Bauman, donde se recogen una serie de entrevistas con el periodista Thomas Leoncini, se nos informa que citaba cada vez más a José Ortega y Gasset. De hecho, se alude a él no para indicarnos la presencia de las ideas del filósofo español en sus escritos, sino para destacar la importancia de un concepto trascendental en Ortega y la filosofía española del siglo XX: el concepto de «generación». De hecho, aparece en el título de este último libro al que nos referimos: *Generación líquida. Transformaciones en la era 3.0.*

El libro recoge las reflexiones de Bauman en uno de los últimos homenajes que se le hicieron donde quería escribir en colaboración o contraste con una generación joven. Quería hacerlo sobre los problemas de las «nuevas» generaciones y si observamos el índice del libro podemos comprobar los temas de los que se ocupa: tatuajes, cirugía plástica, hípsteres, transformaciones de la agresividad, acoso escolar, transformaciones sexuales y amorosas, decadencia de los tabúes e incluso del comercio electrónico. Este encuentro intergeneracional en un texto no solo muestra el interés o actualidad de los planteamientos de Bauman para las «nuevas» generaciones, sino la curiosidad, vitalidad e inquietudes de este sociólogo del siglo XX y profeta del siglo XXI.

Junto a las lecturas de Bauman que puedan hacerse desde la Sociología, merecería la pena iniciar la reconstrucción de su obra con una lectura explícitamente filosófica que destacase alguna de sus aportaciones a los temas tradicionales de la filosofía social y política del siglo XX. Propongo utilizar como hilo conductor el concepto de «persona», categoría filosófica que ha sido desarrollada explícitamente por el personalismo comunitario que activó Emmanuel Mounier en la primera mitad del siglo XX y de ayuda impagable para pensar dos temas centrales de las ciencias sociales contemporáneas: la crisis

del sujeto y el impacto de la tecnología en el análisis del vínculo social. En este sentido, la pregunta que guía este trabajo es: ¿nos puede ayudar Bauman a pensar la persona en el siglo XXI?, ¿qué aportaciones de su sociología pueden resultar significativas para pensar los procesos económicos, sociales y culturales donde se construyen las identidades personales?

Hay una respuesta sencilla: con su famoso concepto de modernidad «líquida» Bauman abre un escenario interpretativo nuevo. No solo para pensar el conjunto de la acción social sino para pensar la condición humana. Si el horizonte de una modernidad «sólida» abría el escenario para el debate sobre la esencia de una humanidad universal y su horizonte de una Ilustración completa, el horizonte de una modernidad «líquida» nos sitúa en horizonte estructural de cambio de estado, de transición, de paso, de «crisis» explícita. Se continúa la tradición fenomenológica de Husserl, quien a principios del siglo XX exigía pensar la «Crisis de las ciencias europeas».

Líquido: un adjetivo de Bauman para describir la crisis de la Modernidad

La «liquidez» de la modernidad y la profusión en el uso del adjetivo en Bauman no describe un escenario nuevo, fijo y estable. La liquidez describe un tiempo de transición que podemos datar como paso del siglo XX al XXI, que podemos analizar como «crisis» de la Modernidad y que el propio Bauman ha tematizado sociológicamente como Posmodernidad o Transmodernidad.

Al abrir este escenario, Bauman se propone señalar, indicar, proyectar o esbozar una reconstrucción hermenéutica de los fenómenos sociales. Por ejemplo, en sus análisis sobre el consumo y las redes sociales Bauman hace más una interpretación crítica de las prácticas sociales o culturales que una sociología normativa. Por ese valor de sus análisis ante un escenario de transición, tiene algo de profeta. Este es el perfil que voy a destacar partiendo de dos obras importantes de su última etapa: *Vida de consumo* y *Amor Líquido*².

² Las obras de Zygmunt Bauman serán citadas dentro del texto de la siguiente forma: *Vida de consumo*. FCE, México, 2007, trad. de M. Rosenberg y J. Arrambide (VC); *Amor Líquido. Sobre la fragilidad de los vínculos humanos*. Paidós, Barcelona, 2018, trad. De Albino Santos (AL); con T. Leoncini, *Generación Líquida. Transformaciones en la era 3.0*. Paidós, Barcelona, 2018, trad de I. Oliva (GL).

II. Despersonalización del mundo en la era digital

Este perfil de profeta no es para catalogarlo entre los profetas de calamidades que apocalípticamente anunciaban la llegada del fin del mundo. El paso de la modernidad «sólida» a la modernidad «líquida» se leería en términos apocalípticos si, aplicando la física del estado sólido, planteáramos el estado «líquido» como transición entre el «sólido» y el «gaseoso». Sin descartar esta posible interpretación «apocalíptica» que sugiere la propia metáfora, que aplica categorías físicas a los fenómenos histórico-sociales, también caben otras lecturas que se fijan menos en la transferencia de campos semánticos entre la física de los estados y la metafísica de las relaciones humanas, lo que no significaría una interpretación burguesa o acomodaticia.

¿En qué consiste la profecía de Bauman?

Bauman es un profeta de la despersonalización del mundo. ¿A qué nos referimos con el término *despersonalización*?, ¿no estamos aproximándolo con ello a los «profetas de calamidades» que precisamente queremos evitar? Con la despersonalización nos referimos a un proceso multidimensional (económico, social y cultural) en el que está cambiando la «identidad personal». No es fácil saber si ese cambio conlleva alguna ganancia, pero sí parece claro que tiene algunas «pérdidas». Hasta ahora, y con independencia del carácter problemático que tiene el concepto en contextos filosóficos, las Ciencias Sociales se planteaban el problema como un proceso de socialización e individuación, como un dinamismo de internalización o externalización de creencias (o valores), o incluso como interacción entre naturaleza, cultura e historia.

Lo más fácil hubiera sido indicar que los diagnósticos de Bauman no apuntan hacia la «identidad personal» sino hacia la «identidad social», es decir, que su crítica se dirige hacia la individualización, la desvinculación y el debilitamiento de la comunidad o género humano. Propongo interpretar sus textos en términos de «des-personalización» y no de «des-vinculación» para mostrar el valor de una relación física, real y operativa en la determinación de una vida personal.

La despersonalización como descomposición de la vida personal

La despersonalización a la que nos referimos no describe un proceso de des-espiritualización, des-animación, des-encantamiento o secularización. Des-

cribe la pulverización, la atomización, la instalación en la incertidumbre, la descomposición de la vida personal. En este sentido, la crisis de la «identidad personal» es la «cara filosófica» de un mismo problema antropológico cuya «cruz sociológica» es la crisis de la «identidad social». No estamos ante un juego de suma cero donde la pérdida en identidad social (des-vinculación) se compensa con una ganancia en identidad personal (personalización). En la lectura que sugerimos, la des-vinculación en Bauman también puede ser reconstruida en términos de des-personalización.

En estos últimos escritos, la despersonalización no se debe únicamente al consumo sino a la llegada de Internet, las redes sociales y la digitalización del mundo. Bauman no ha profundizado en ello pero sí se muestra escéptico ante los cambios que se empiezan a producir. Por ello, la despersonalización a la que nos referimos no se mitiga o aplaca con la llegada de Internet sino que acentúa y agrava porque se minusvaloran categorías como la corporalidad y la intimidad en un mundo donde las fronteras entre lo privado y lo público están en permanente transformación.

III. Diez claves interpretativas

3.1. Inversión de la relación entre naturaleza y cultura

En sus análisis sobre el consumo, hay un momento en el que Bauman sostiene que en la cultura consumista se ha invertido la relación entre naturaleza y cultura. Esta idea, aparentemente sencilla, condiciona cualquier interpretación sobre la identidad. En principio, la naturaleza biológica puede ser un punto de partida para construir la identidad como proceso dinámico de cambio con dimensiones psicológicas, sociales o culturales. Podríamos hablar del yo biológico al nosotros cultural, siendo conscientes de que hay una determinada realidad estructural biológica (personidad) sobre la que se producen los cambios (personalidad). Sin embargo, se hace eco de una creencia habitual que describe ya como popular con los siguientes términos:

En el discurso popular, la cultura cada vez representa más aquella parte de la identidad heredada que no podemos ni debemos manipular, mientras que los rasgos y atributos tradicionalmente clasificados como naturales (hereditarios, transmitidos por genes) se presentan cada vez más como elementos susceptibles de manipulación humana y, gracias a ello, abiertos a la elección, una elección de la que –como todas– quien elige debe responsabilizarse. Esta, a su vez, es considerada una responsabilidad que los demás deben reconocer y esperar (VC, 85).

No es de extrañar este tipo de percepciones cuando la ciencia y la técnica se han convertido en herramientas de poder con el que controlar la naturaleza. Ahora bien, con ello desaparece la referencia a la naturaleza como origen, fuente o indicador de cierta durabilidad o estabilidad. El poder de la ciencia y la técnica transforma lo natural en convencional y hace que lo convencional o cultural desplacen a lo natural.

Esta creencia social cada vez más frecuente es el resultado de un proceso que ya fue denunciado por Alain Finkielkraut en *La derrota del pensamiento*. Allí dejó constancia de algo que le sorprendió mucho cuando se usaba el término «cultura» en contextos internacionales:

Extrayendo del episodio nazi la lección de que existía un vínculo entre la barbarie y la ausencia de pensamiento, los fundadores de la UNESCO habían querido crear, a escala mundial, un instrumento para transmitir la cultura a la mayoría de los hombres.

Sus sucesores han recurrido al mismo vocabulario, pero le atribuyen una significación completamente distinta. Siguen invocando con énfasis la cultura y la educación, pero sustituyen la cultura como tarea (como *Bildung*) por la cultura como origen, e invierten la trayectoria de la educación: allí donde estaba el «Yo», debe entrar el «Nosotros»; en lugar de cultivarse (y salir así de su pequeño mundo), el individuo tiene ahora que recuperar su cultura, entendida como «el conjunto de conocimientos y de valores que no constituye el objeto de ninguna enseñanza específica y que, sin embargo, todo miembro de una comunidad conoce» (Conferencia de México sobre las políticas culturales, UNESCO, 1982, p. 7).

Exactamente lo mismo que el pensamiento de las Luces denomina incultura o prejuicio³.

3.2. *Desvaloración de la durabilidad y tiempo puntillista*

En el origen de toda teoría de la identidad personal hay una determinada concepción del tiempo. Si en los procesos de personalización y adquisición de la identidad suponemos un sentido de la continuidad y la duración, en la sociedad de consumo prima la discontinuidad y el «ahora». La cultura de la duración es sustituida por la cultura del «ahora», lo que significa que para describir el tiempo será más importante la imagen del punto que la imagen de la línea. Por eso Bauman nos habla de una concepción «puntillista» del tiempo.

³ Alain Finkielkraut, *La derrota del pensamiento*, Anagrama, Barcelona, 1987, p. 86.

Con ello se produce una «tiranía del ahora», que supone una permanente renegociación del significado del tiempo (VC, 51). La metáfora del puntillismo aplicada al tiempo supone una concepción discontinua, rupturista y pulverizada de los acontecimientos. No es un tiempo cíclico ni lineal, tampoco tiene la forma de espiral que sintetice ambas imágenes, solo tiene valor el instante y cada «ahora» como si fuera una mónada cerrada sobre sí misma. Como si el tiempo se redujera a una multitud de instantes eternos (VC, 52).

Si la imagen de círculo suponía un tiempo que valora la tradición y la de la línea un tiempo que valora el progreso, el puntillismo y la pulverización del tiempo cambian por completo la posición histórica del sujeto. Dos consecuencias importantes: el cambio en la percepción de la historia que ya no es vista como un edificio cada vez más alto y elegante, y el cambio en la valoración del esfuerzo personal o sacrificio en la acción social. En lugar de pensar el tiempo desde el orden de la necesidad ahora se piensa desde la oportunidad, lo aleatorio y la imprevisible irrupción de lo nuevo (VC,54).

El círculo y la línea eran más propios de una sociedad de agricultores o productores. El punto es la imagen propia de la sociedad de consumidores. Pero no un punto cualquiera sino un punto en aceleración. Y aunque cabría pensar que se trata de consumir para adquirir y acumular, esta tiranía del ahora urge a eliminar y reemplazar (VC, 57).

El problema del consumo no está en la acumulación y en una primacía egoísta del tener respecto al ser, sino en la necesidad de abandonar los objetos. De la misma forma que ya hay poblaciones y personas descartadas porque están fuera de los circuitos del consumo o el mercado, también hay que aprender a descartar. Disfrutar de las cosas, emplear tiempo con ellas y valorarlas por su duración o resistencia ya no tiene ningún sentido. Eso significaría que el tiempo se puede detener, parar, fijar o durar. Sin embargo: «En la cultura ahorista desear que el tiempo se detenga es un síntoma de estupidez, pereza o incapacidad. Y un crimen punible» (VC, 58). Con la desvaloración de la durabilidad, lo que tiene muchos años, lo que es cronológicamente viejo es considerado como inútil para los nuevos tiempos. Lo viejo es despreciado como anticuado y condenado a la basura (VC, 36).

Con la cultura ahorista y el tiempo puntillista asistimos a un nuevo «carpe diem»:

En el tiempo puntillista de la sociedad de consumidores, *la eternidad no es un valor ni un objeto de deseo...*, la tiranía del momento de nuestros modernos tiem-

pos líquidos, con su precepto de *carpe diem*, viene a reemplazar la tiranía premoderna de la eternidad, cuyo lema era el de *memento mori* (VC, 142).

Aplicado al ámbito de los espacios, las identidades y los vínculos, los consumidores no pertenecen a los lugares que habitan. Como consecuencia de ello, la libertad se piensa desde la indeterminación, la sincronía y el ahora, no desde la diacronía de la historia o la duración:

... humanos sincrónicos que viven únicamente en el presente..., ausencia de vínculos con los otros..., no valora ni la paciencia ni la perseverancia... La cultura contemporánea nos presenta esa fragilidad y aparente prescindibilidad de las identidades individuales y de los lazos interhumanos como la esencia misma de la libertad individual. La opción que esa libertad no reconoce ni garantiza, ni permite, es la determinación (de hecho, la capacidad) de aferrarse a la identidad ya construida, vale a decir, a las acciones que presuponen e implican necesariamente la preservación de la red social en la que esa identidad pueda basarse y reproducirse (VC, 145).

3.3. *Aceleración en el deseo y cultura del desperdicio*

Mientras que la personalización supone una ordenación de las necesidades y los deseos, la despersonalización supone una acelerada y agónica gestión de los deseos. Con ello se transforma el concepto de felicidad que ya no se asocia a la gratificación de los deseos sino a un aumento permanente del volumen y la intensidad. El consumo desencadena el reemplazo inmediato de los objetos y nos somete a una combinación de deseos insaciables con la urgencia de buscar siempre nuevas satisfacciones. Desaparece del horizonte una cultura del largo plazo, del discernimiento y de la postergación de las gratificaciones. En lugar de establecer una delimitación entre necesidades y deseos, toda la vida del consumidor se sitúa en un orden inestable de deseos:

Las necesidades nuevas necesitan productos nuevos. Los productos nuevos necesitan nuevos deseos y necesidades. El advenimiento del consumismo anuncia una era de productos que vienen de fábrica con «obsolescencia incorporada», una era marcada por el crecimiento exponencial de la industria de la eliminación de desechos.

La inestabilidad de los deseos, la insaciabilidad de las necesidades y la resultante tendencia al consumismo instantáneo y a la instantánea eliminación de sus elementos, están en perfecta sintonía con el nuevo entorno líquido en el que se inscriben hoy por hoy los objetos de vida y al que parecen estar atados en un futuro cercano. Un mundo moderno líquido resiste toda planificación, inversión y acumulación a largo plazo. De hecho, despoja a la postergación de la gratificación que provocaba su antigua carga de prudencia, circunspección y buen juicio. (VC, 51).

Los deseos vienen con una obsolescencia programada para ser sustituidos, a su vez, por nuevos deseos. La madurez del consumidor no está en el aprovechamiento de las cosas y la valoración de su durabilidad. En lugar de aplacar, calmar o satisfacer los deseos, lo que la cultura consumista hace es acortar su duración y acelerarlos. Antes, entre la expectativa que despertaba el deseo, su satisfacción y su gozo había un determinado tiempo. Ahora, ese tiempo se ha reducido porque al acto de apropiación le sigue de inmediato el de la eliminación:

Los consumidores hechos y derechos ni siquiera pestañean a la hora de deshacerse de las cosas, aceptan la corta vida útil de las cosas y su muerte anunciada... Para los maestros del consumismo, el valor de todos y cada uno de los objetos no radica tanto en sus virtudes como en sus limitaciones..., la renovación y el rejuvenecimiento son inminentes... Hoy la persistente necesidad del perfeccionamiento no apela tanto al mejoramiento de las cosas, sino a su profusión y veloz circulación..., una sociedad de consumo solo puede ser una sociedad de exceso y prodigalidad, y por ende, de redundancia y despilfarro... El exceso echa leña al fuego de la incertidumbre que supuestamente debía apagar, o al menos mitigar o desactivar. Por tanto, y paradójicamente, el exceso nunca es suficiente. Las vidas de los consumidores están condenadas a ser una sucesión infinita de ensayos y errores (VC, 120-121).

3.4. Del fetichismo de mercancía al fetichismo de subjetividad

De la misma forma que Marx criticó el fetichismo de la mercancía porque ocultaba el valor de la relación humana que se establece en el trabajo, Bauman critica el fetichismo de la subjetividad porque oculta el valor de la relación social que hay en las prácticas de consumo. Con ello se minusvalora la interdependencia y mutualidad de las relaciones sociales en detrimento de la individualidad y subjetividad (VC, 28). Se complica la autonomía y soberanía del ciudadano que, por un lado parece «objeto» o «producto» de la sociedad de consumo y por otro «héroe» de la modernidad que tiene que resistirse a los embates de la cultura ahorista:

En ambas versiones, los consumidores son aislados y considerados aparte del universo de sus potenciales objetos de su consumo. En la mayoría de estas descripciones, el mundo creado y sostenido por la sociedad de consumidores está netamente dividido entre elegibles y electores, los productos y sus consumidores: cosas y humanos..., lo que singulariza y distingue a la sociedad de consumidores es que las divisiones son borrosas y terminan por borrarse... Nadie puede convertirse en sujeto sin antes convertirse en producto (VC, 25).

En la sociedad de consumidores la identidad personal se plantea de una forma nueva. No como proyecto sino como producto. No como descubrimiento

o reconstrucción sino como una tarea. Es más, como una tarea sometida a multitud de nuevos comienzos. La sociedad de consumo permite que los individuos se relacionen con su identidad en términos mecánicos y similares al bricolaje. El ciudadano tiene a su disposición «kits de identidad disponible»:

La sociedad de consumidores extrae su vigor y su impulso de la desafección que ella misma produce de manera experta..., la principal atracción de la vida de consumo es la oferta de una multitud de nuevos comienzos y resurrecciones... Por fraudulenta y en definitiva frustrante que esa oferta pueda parecer a veces, ocuparse permanentemente de la construcción y reconstrucción de la propia identidad con la ayuda de los kits de identidad disponibles... La estrategia de vida de un consumidor hecho y derecho viene envuelta en visiones de un «nuevo amanecer». En una moderna sociedad líquida, las utopías comparten el terreno con el resto de los emprendimientos colectivos que llaman a la solidaridad y la cooperación: han sido privatizadas, concesionadas (*subsidiarizadas*) al cuidado y la responsabilidad personal de los individuos (VC, 74).

El fetichismo de la subjetividad supone un olvido de otras utopías que no sean la propiamente consumista. No hay otra libertad que no sea la de la propia identidad construida desde la aceleración, consumo y transformación de los deseos:

La perspectiva de poblar el mundo con personas más generosas e inducir a la gente a que se cuide más entre sí no figura en el panorama de la utopía consumista. Las utopías privatizadas de *cawboys* y *cawgirls* de la era consumista nos muestran en cambio un mundo con mucho «espacio libre» (libre para *mí*, por supuesto) un tipo de espacio libre donde el moderno consumidor líquido, empecinado en su carrera de solista, siempre necesita más y nunca tiene suficiente... El espacio libre solo puede conquistarse desalojando a otros seres humanos que sí se ocupan de los demás o necesitan de sus cuidados (75-76).

La sociedad de consumo supone un desafío prometeico y, a su vez, conlleva un orgullo prometeico en la construcción de la identidad:

Hacer de uno mismo un producto vendible es responsabilidad de cada uno, una tarea de «hágalo usted mismo». E insisto, *hacer de uno mismo*, y no solo *llegar a ser*: ese es el objetivo. La noción de que no nacemos como seres humanos completos, de que todavía nos queda mucho por hacer para *llegar a ser* verdaderamente humanos, no es un invento (de ninguna sociedad), ...sí es la vergüenza de fracasar en la tarea personal de hacerse diferente (supuestamente mejor) de lo que uno ha llegado a ser..., negarse en deberle nada a nadie (ni a nada), incluido uno mismo...

Deberse todo a uno mismo, incluido uno mismo..., *uno mismo* es a la vez la manzana de la discordia, la apuesta y el premio mayor de esta apuesta prometeica de estar en el mundo..., «llegar a ser» meramente y como consecuencia accidental de haber sido concebido y haber nacido de nuestras madres, no es suficiente.

El mero ser carece de perfección que sí tiene el artificio y que ha sido el axioma de la visión del mundo dominante para todos (aunque no aceptada por todos) desde los albores de nuestra era moderna e ilustrada. Los seres humanos armados de la razón podían, debían y lograrían mejorar la naturaleza y por lo tanto también su propia naturaleza con minúscula que fuera la causa de su llegada al mundo y que determinaría incluso lo que «llegarían a ser» (VC, 84-85).

3.5. *La trampa del compromiso y la vergüenza de la dependencia*

En la sociedad de consumo, lo importante no es adquirir, poseer y disfrutar con aquello que se ha conseguido. La satisfacción duradera con los productos que se consiguen y la solidez en las relaciones humanas que había detrás de las filosofías del compromiso, desaparecen. El compromiso se presenta como una trampa engañosa en todos los ámbitos de la vida, desde las relaciones humanas más inmediatas al conjunto de las relaciones sociales, políticas y profesionales.

Apoyándose en las reflexiones de Logstrup y Levinas, filósofos para quienes la dependencia mutua, el mutuo endeudamiento con los demás y la responsabilidad son los fundamentos de la vida social, Bauman denuncia que el compromiso se presenta como trampa:

... Comprometerse con otra persona y, sobre todo, comprometerse incondicionalmente y, ya no digamos, hasta que la muerte nos separe... se nos antoja cada vez más una trampa que nos conviene evitar a toda costa... Prestar un juramento de lealtad a la pareja implica asumir un riesgo enorme: te convierte en *dependiente* de tu compañero o compañera (aunque, bien cabe señalarlo, esa dependencia –término que está adquiriendo rápidamente una connotación cada vez más peyorativa– es la esencia de la responsabilidad moral para con el otro, tanto en opinión de Logstrup como Levinas ...

La muy compartida conciencia de que todas las relaciones son puras, difícilmente puede ser un terreno propicio para que la confianza arraigue y florezca... la fragilidad, la debilidad y la vulnerabilidad de las uniones personales no son los únicos elementos característicos del contexto... una fluidez, una fragilidad y una transitoriedad intrínseca sin precedentes... afectan de manera particular a las relaciones laborales y profesionales (AL, 130-131).

La vinculación y dependencia de los demás suponía una referencia de estabilidad y solidez que ha sido sustituida por el movimiento permanente. Parece no haber un criterio compartido de satisfacción en el consumo de los objetos y los servicios, parece no haber nada que proporcione un sentido o satisfacción estable y duradero. Algo que se agrava cuando el mercado recuerda que todo se deja en manos de la satisfacción del cliente:

La vida de un consumidor, la vida de consumo, no tiene que ver con adquirir y poseer. Ni siquiera tiene que ver con eliminar lo que se adquirió anteaer y que se exhibió con orgullo al día siguiente. En cambio se trata, primordialmente, de *estar en movimiento...*, la pauta ética de la vida de consumo debe ser evitar la *satisfacción duradera*. En una sociedad que proclama que la satisfacción del cliente es su único motivo y propósito absoluto, un consumidor *satisfecho* no es un motivo ni un propósito, sino la más terrorífica amenaza (VC, 135).

En esta fenomenología del consumo, Bauman lanza una advertencia importante para aquellos que deciden una vida austera, que se sienten satisfechos con poco y que se conforman rápidamente con la satisfacción de necesidades básicas. Los frugales, los austeros y quienes se limitan a consumir justo lo que necesitan serán excluidos, marginados y hasta descartados. Precisamente se quiere sustituir del horizonte cultural una economía basada en la satisfacción de necesidades por otro basada en los deseos y la insatisfacción permanente:

Lo que mantiene con vida a la economía de consumo y al consumismo... es el descrédito de la idea misma de que la vida de consumo debería regirse por la *satisfacción de las necesidades...*, los individuos cuyas necesidades son finitas son consumidores *fallidos*, la clase de descartado social típico de la sociedad de consumidores. La amenaza de ostracismo y el miedo a la exclusión también se ciernen sobre aquellos que están satisfechos con la identidad que poseen y que se conforman (VC, 137).

3.6. *Consumir identidades y amontonar vidas de humanos sincrónicos*

No hay ninguna identidad que deje satisfechos, precisamente porque la identidad consiste en la insatisfacción permanente. En la sociedad de consumo no solo se consumen objetos sino identidades culturales y vitales. La moda, la mercadotécnica y la lógica del mercado se encargan de presentarnos el cambio permanente de identidades como privilegios fáciles de alcanzar:

...la cultura consumista se caracteriza por la presión constante de *ser alguien más*, cultivan un constante desafecto hacia la identidad adquirida y el conjunto de necesidades que esa identidad define. Cambiar de identidad, descartar el pasado y buscar nuevos principios, esforzarse por volver a nacer: son todas conductas que esa cultura promueve como *obligaciones* disfrazadas de privilegios (VC, 137).

Analizada desde la lógica del consumo, hay múltiples posibilidades de nacer y renacer a lo largo de la vida. Como si se pudieran tener varias vidas en una sola, como si se pudieran amontonar y almacenar:

... gracias a «nacer de nuevo» no solo los gatos tienen siete vidas... Hoy se ofrece a los seres humanos convertidos en consumidores la oportunidad de amontonar

varias vidas en una sola estadía abominablemente corta en la tierra, una serie interminable de nuevos inicios en el transcurso de una única visita (VC, 138).

Bauman se apropia del término «humanos sincrónicos» para describir a los nuevos ciudadanos de la sociedad de consumo que viven únicamente el presente y no prestan atención a la experiencia pasada o a las consecuencias futuras de sus acciones. Una estrategia que se traduce en una ausencia de vínculos con los otros. Este presentismo pone el énfasis en la velocidad y la efectividad, no valora ni la paciencia ni la perseverancia:

La cultura contemporánea nos presenta esa fragilidad y aparente prescindibilidad de las identidades individuales y de los lazos interhumanos como la esencia misma de la libertad individual. La opción que esa libertad no reconoce ni garantiza, ni permite, es la determinación (de hecho, la capacidad) de aferrarse a la identidad ya construida, vale a decir, a las acciones que presuponen e implican necesariamente la preservación de la red social en la que esa identidad pueda basarse y reproducirse... (VC, 145).

La identidad se plantea como una condena:

... *lo que constituye al individuo moderno líquido es la urgencia de esa elección y del esfuerzo por lograr el reconocimiento público de la misma.* Ese esfuerzo difícilmente se hubiese realizado si la identidad en cuestión fuese realmente tan determinante como se afirma o se cree que es... Las identidades son proyectos, una tarea a encarar..., la obligación de esforzarse para apropiarse de ellas y la voluntad diaria de aferrarse a ellas son percibidas como requisitos indispensables y condiciones imprescindibles de su «gratuidad». La identidad es condena a elegir trabajos forzados de por vida. Recordemos, a los consumidores los mueve la necesidad de convertirse ellos mismos en productos..., los mercados hacen todo lo posible para que esa tarea sea todavía más desalentadora... (VC, 150-151).

3.7. Amor líquido para islas de biografías compartidas

A diferencia de otras teorías sobre el amor romántico o el amor eterno, Bauman nos propone una teoría del amor líquido. Es el resultado del tiempo puntillista, de la cultura ahorista y de la incertidumbre en el universo relacional. En su libro *Amor líquido* analiza la creciente fragilidad de los vínculos interhumanos y concluye que los vínculos humanos actuales suelen ser considerados –con una mezcla de júbilo y angustia– frágiles, inestables, y tan fáciles de romper como de crear.

Si provocan júbilo, es porque su fragilidad mitiga los riesgos que supone toda interacción, el peligro de hacer un nudo que a la larga apriete, y la probabilidad de permitir que se osifique... Si provocan angustia, es porque la preca-

riedad, caducidad y revocabilidad de los compromisos mutuos son en sí mismas una fuente de peligros insondables. Las inclinaciones e intenciones... son variables desconocidas. No son confiables ni predecibles, y son incontables... La creciente fragilidad de los vínculos humanos es parte de ellos desde su nacimiento hasta su defunción, y es vivida a la vez como una bendición y un infierno (VC, 145-146).

Al describir las características de este nuevo tipo de amor, muestra que ha surgido una nueva generación que describe como «nativos líquidos»:

Los nativos líquidos se han convertido en profesionales de la flexibilidad sexual. El amor sólido razonaba en términos de amor eterno, el amor líquido razona de aquí a las «eternas» veinticuatro horas siguientes... Permíteme ser flexible, dame libertad para marcharme y seré todavía más sincero y libre de volver junto a ti (GL, 98).

Por contradictorio que pueda parecer, estos amantes se encuentran aislados unos junto a otros. Se produce una interesante transformación en las relaciones de proximidad que en la era de Internet y el mundo digital ya no tiene que ser «física» sino que puede ser «virtual»:

La otra cara de la moneda de la proximidad virtual es la distancia virtual: la suspensión, o puede que incluso la supresión, de todo aquello que convertía la cercanía topográfica en proximidad. La proximidad ya no precisa de una cercanía física, pero la cercanía física tampoco determina la proximidad..., la distancia no es obstáculo para estar en contacto, pero entrar en contacto no es obstáculo para mantenerse separados.

La proximidad virtual puede terminarse solo con apretar un botón..., el logro más fundamental de la proximidad virtual es la separación entre comunicación y relación. A diferencia de la proximidad topográfica a la vieja usanza, esta otra no requiere que se establezcan lazos de antemano ni produce necesariamente el establecimiento de ninguno como consecuencia. Estar conectado es menos costoso que estar comprometido, pero también es considerablemente menos productivo en cuanto a la construcción y el mantenimiento de lazos... La proximidad virtual afloja la presión (AL, 95-96).

Si nos fijamos en el texto hay una idea importante para analizar lo que hemos llamado «des-personalización»: la separación entre comunicación y relación. La proximidad virtual, y la comunicación virtual no requieren relación de proximidad física o corporal. Todo empieza y todo puede terminar con el sencillo ejercicio de darle a una tecla o apretar un botón. De esta forma no resulta costoso estar permanentemente conectado y consumir relaciones amorosas a través de la red. La razón es muy sencilla: conectarse no es com-

prometerse. El amor líquido y la proximidad virtual permiten evitar sufrimientos y presiones.

Aplicado a la vida de la familia y el hogar también se ha producido un cambio radical. La proximidad física no se identifica con la proximidad emocional. La cercanía física no significa necesariamente más y mejor comunicación. Las personas pueden estar unas junto a otras, unos al lado de otros y sentirse aislados:

Los hogares han dejado de ser cálidas islas de intimidad en medio de mares de privacidad que se enfrían con rapidez. Los hogares han dejado de ser patios de recreos compartidos de amor y amistad para convertirse en escenarios de escaramuzas territoriales; y han dejado de ser obras de construcción de unión y solidaridad para convertirse en congregaciones de búnkeres fortificados..., el hogar se convierte en un centro de ocio multifunción en el que sus miembros pueden vivir, por así decirlo, aislados uno al lado del otro (AL, 98).

La transformación no se ha producido únicamente en los hogares y las familias sino en las calles y las ciudades. La transformación también ha modificado el concepto de espacio público:

Ciudad y cambio social son casi sinónimos... Es habitual definir las ciudades como lugares donde coinciden extraños, donde permanecen en mutua proximidad y donde interactúan mucho tiempo sin dejar de ser extraños unos para con los otros..., la ciudad alcanza su mejor versión, la más exuberante y pródiga en oportunidades ofrecidas, cuando ve impugnados y cuestionados sus costumbres y modos de hacer, y los sienta en el banquillo de los acusados... Los extraños no son un invento moderno, pero los extraños que siguen siendo extraños por tiempo indefinido, a perpetuidad incluso, sí lo son... (AL, 149).

3.8. Emancipación exultante y horror a la responsabilidad

Con la llegada de la sociedad de consumo, la libertad adopta una nueva figura emancipatoria. El consumidor se percibe emancipado cuando rompe con obligaciones, rutinas y prohibiciones. Al entender la libertad como un agónico acto de emancipación permanente, el consumidor se tiene que enfrentar ante «el horror de la responsabilidad»:

La llegada de la libertad, en su avatar de la elección de consumo, suele ser considerada un exultante acto de *emancipación*, ya sea de obligaciones engorrosas y prohibiciones irritantes, o de rutinas monótonas y estupidizantes. Poco después de que la libertad se ha instalado y convertido en una rutina más, una nueva clase de horror, no menos escalofriante que los terrores que la libertad debía exorcizar, supera todo recuerdo de sufrimiento y dolores pasados: el horror de la *responsabilidad* (VC, 122-124).

La permanente elección y emancipación es una huida de los compromisos, de las relaciones permanentes, de los vínculos sólidos o de la simple satisfacción de necesidades. Huida presentada como individualización y que supone un repliegue del mundo de la responsabilidad hacia la orilla del individuo. Despersonalización entendida como repliegue a la individualización de la responsabilidad. El mercado incentiva esta lógica que termina potenciando la privatización y la desinstitucionalización. Responsabilidades que antes se planteaban en términos de socialización institucional, ahora se repliegan al mundo del individuo, como si la responsabilización se identificase con la individuación, atomización y fragmentación de la responsabilidad:

Ámbitos cada vez más extensos de la conducta han sido exonerados del ordenamiento, la supervisión y la vigilancia..., una cantidad cada vez mayor de responsabilidades que antes se socializaban, ahora recaen sobre los individuos... En un entorno desregulado y privatizado... la responsabilidad de las elecciones, las acciones posteriores a esas elecciones y sus consecuencias descansan pura y exclusivamente en los hombros de los actores individuales (VC, 124).

El repliegue hacia el yo ha supuesto un olvido del otro. La despersonalización se plantea como desentendimiento del otro y atendimiento al propio yo. En este proceso de individualización de la responsabilidad la víctima es el otro. Podríamos decir que esta individualización supone una «psicologización» de la responsabilidad. La des-socialización como des-vinculación supone una psicologización del campo semántico de la responsabilidad, que ahora se vincula únicamente a concepto de «autorrealización»:

Los conceptos de responsabilidad y elección responsable, antes pertenecientes al campo semántico de la responsabilidad ética y la preocupación moral por el Otro, han cambiado o se han mudado al ámbito de la autorrealización y el cálculo de riesgos. En este proceso, «el Otro», en tanto disparador, blanco y medida de una responsabilidad reconocida, asumida y satisfecha, ha desaparecido por completo del campo visual, empujado y eclipsado por el propio yo de los actores. Responsabilidad significa ante todo *responsabilidad de sí mismo*... la víctima colateral del salto a esa versión consumista de la libertad es el otro en tanto objeto de responsabilidad ética y preocupación moral (VC, 128).

Planteado en términos sociales y políticos, Bauman comprueba que el horror a la responsabilidad también tiene una dimensión institucional o histórica. Esta falta de sensibilidad hacia la dimensión social de la responsabilidad se transforma en una «ceguera ética» de las instituciones. Los daños colaterales, los efectos imprevistos de una decisión o incluso las consecuencias morales del principio del doble efecto quedan fuera de la base intencional.

Aparece el argumento de la «intencionalidad» de unas determinadas consecuencias para librar a las instituciones o los sujetos de la responsabilidad. Como si lo imprevisible se identificara con lo no calculable y no se pudiera imputar responsabilidad alguna:

... Cualquier acción que cause daño, justificarla y eximirla del castigo sobre la base de que no fue intencional..., «estados de negación»..., negación de la responsabilidad, tanto moral como legal..., un daño por el que nadie podrá ser inculpado... El tema debatible es si el «imprevisto» significa «imposible de prever», o inintencional significa «imposible de calcular»..., o implica indiferencia e insensibilidad de aquellos que hicieron los cálculos y no se preocuparon por evitarlo..., el argumento de inintencionalidad pretende negar o exonerar la *ceguera ética*, ya sea condicionada o deliberada..., el lenguaje político está destinado a lograr que las mentiras suenen como verdades y el asesinato como respetable y a dar al viento aire de solidez (VC, 160).

3.9. *Multitudes y comunidades: interacción sin introspección*

La despersonalización también se produce cuando no se valora el ámbito de la intimidad. Este ámbito se pone a prueba en la sociedad de consumo cuando cambia la frontera entre lo público y lo privado. Por un lado, se reduce la esfera de la vida pública en beneficio de la vida privada en los procesos de individualización. Por otro, en la era de Internet, se lleva lo privado a lo público y se proyecta en la red un hábitat ideal de vida pública y democrática. Esta proyección tiene más paralelo con el totalitarismo que con la democracia.

Al reducir la esfera privada en beneficio de la pública, Internet hace que los usuarios se sitúen en el ámbito de una superficialidad sin reflexión, sin una plena conciencia de lo que significan las decisiones que se toman. En su conversación con Bauman, Leoncini resume el mundo que abre Internet:

Internet nos engaña haciéndonos creer que mediante los «me gusta» y los comentarios podemos realmente modelar y difundir una democracia universal, pero en vez de eso lo que creamos no es más que nuestra propia visión personal e individual, que acabará sumándose a otras visiones individuales distintas. Y una vez más llevamos lo privado a lo público. Nos imaginamos los comentarios en las redes como ríos compuestos por las mismas gotas de agua, pero todo este asunto se parece más a un lago con muchísimas gotas de aceite que no logran penetrar en el agua, sino solo demostrar que existen de forma individual, sin poder ser realmente calculadas...

¿Y qué sucede cuando lo observamos desde fuera? Llamarlo *sociedad de la red*..., es decir, sobreentender la existencia de una entidad totalmente ajena a la comunidad real, como si no estuviera compuesta por las mismas personas, pero que sin embargo existe. Aun así, nosotros conocemos la red como un hábitat

ideal, político y democrático. Lo que en cambio parece clamoroso es su estrecho paralelo con el totalitarismo, más que con la democracia. Sí, porque la difusión de noticias y vídeos en tiempo real, y por tanto aquella que podemos denominar *vida del espectador durmiente*, se sustenta sin duda sobre sólidas bases democráticas, pero la organización de nuestra esfera personal en red, es decir, la del espectador activo, que hace referencia a la relación, al abrirse o cerrarse hacia los demás, no está construida de modo democrático.

Con nuestros perfiles personales en las redes sociales, todos experimentamos más bien la ilusión del totalitarismo..., cualquiera puede hacerse un perfil falso y ofender a otros usuarios, protegido por la garantía del poder de la privacidad (GL, 71-73).

La red ha entrado de modo triunfal en nuestras vidas con la promesa de crear un mundo ideal. Sin embargo, Bauman se pregunta:

¿A dónde nos ha ayudado a llegar? A la actual crisis de la democracia y al agravamiento de las divisiones y los conflictos políticos e ideológicos (GL,74).

También la red mantiene activa la charla y el chat, como si fuera una auténtica conversación. Sin embargo, la introspección se sustituye por la interacción frenética y frívola que pone al descubierto nuestros secretos más profundos junto a nuestra lista de la compra. Las uniones no tienen apoyo alguno en el que sostenerse salvo nuestros chats y nuestros mensajes de texto:

la unión no llega más allá de eso: marcar un número, hablar, usar aplicaciones de mensajería. Si dejas de hablar estás fuera. El silencio equivale a la exclusión (AL, 60-61).

Se produce un cambio en la vida asociativa y comunitaria. Por un lado, los grupos son sustituidos por las multitudes, lo que supone también un debilitamiento de la capacidad reflexiva interpersonal o intersubjetiva. En las multitudes no hay un «arriba», la multitud no es un equipo, nada saben de la división del trabajo. En la multitud no hay especialistas, no hay intercambios ni cooperación, ni complementariedad, tan solo la proximidad física y la coordinación de la dirección del movimiento en curso. En efecto:

En el caso de unidades humanas, que piensan y sienten igual, la comodidad de moverse en la multitud es consecuencia de la tranquilidad que otorga el *número*: la convicción de que la dirección del vuelo debe ser la correcta si es que ha sido elegida por una multitud tan numerosa, la suposición de que tantos seres humanos con sentimientos, ideas y libertad de acción no pueden estar simultáneamente equivocados.

Como la autoafirmación y la seguridad fluyen, los movimientos milagrosamente coordinados de la multitud son el mejor sustituto de la autoridad de los líderes de grupo, y no menos efectivo. Las multitudes, a diferencia de los grupos, no

saben nada de disensos y rebeliones... La sociedad de consumidores tiende a romper los grupos, a hacerlos frágiles y divisibles, y favorece en cambio la rápida formación de multitudes, como también su rápida desagregación. El consumo es una acción solitaria por antonomasia (quizá incluso el arquetipo de la soledad), aun cuando se haga en compañía (VC, 107-109).

Además del alivio y del consuelo identitario que puede proporcionar el mercado y la red, Bauman sostiene que se han generado un tipo de comunidades que llama «de guardarropía». Describe así la integración en un grupo por el simple hecho de estar donde hay otros presentes, que llama «con vencimiento» porque se tiene una experiencia fugaz de comunidad, con la posibilidad de entrar y salir a voluntad. Es el modo propio de entender la vida comunitaria del tiempo puntillista, ofrece cierta comodidad que no ofrece la incómodamente sólida, restringida y exigente comunidad «real» (VC, 152).

3.10. La red como golosina envenenada: refugio de escape o ventana de liberación

Utiliza metáforas muy gráficas para describir la relación que tiene el hombre contemporáneo con la red. Dice que nuestra sensación ante la red es similar a la que invade al niño en una tienda de golosinas (GL, 77). También la describe como una duna socavada por el viento:

... la red tiene un alarmante parecido con una duna socavada por el viento, un pozo de arenas movedizas, y no promete ser un buen terreno para la reconstrucción de las relaciones sociales confiables..., el verdadero sentido de la libertad no está en alcanzar lo que se desea, sino en deshacerse de lo indeseado. El dispositivo de seguridad que permite la desconexión instantánea se ajusta perfectamente a los preceptos esenciales de la cultura consumista, pero los lazos sociales y las habilidades necesarias para establecerlos y mantenerlos son sus primeras víctimas colaterales (VC, 147).

Esta ambigüedad de la red ha hecho que muchos analistas sociales le den la bienvenida como prometedor alternativa y reemplazo posible de las marchitas instituciones ortodoxas de la democracia política que cada vez concitan menos interés. Sin embargo, Bauman piensa que se sustituye la política como esfuerzo real por la política como autoterapia individual. No considera que con el simple hecho de universalizar la tecnología llegará un orden armónico y democrático. A su juicio:

Teorizar que internet es una nueva forma y mejorada de la política, que navegar por la red es una nueva y más efectiva forma de compromiso político, y que la vertiginosa velocidad de conexión a Internet significa un avance de la democracia, se parece sospechosamente a una excusa más de las tantas que esgrimen las

clases ilustradas a la hora de justificar sus prácticas de vida, cada vez más despolitizadas, y su aspiración de obtener una baja con honores en la política de lo real (VC, 147).

Además, en las redes asistimos al mismo proceso de fetichización que ya conocíamos de la mercancía o la subjetividad. Se aprovecha el encantamiento que produce la tecnología y el mundo para darle la espalda a las relaciones físicas del mundo real. Y aquí vuelve a utilizar metáforas muy gráficas:

La realidad no acompaña ese retrato alegre y optimista que pintan los «fetichistas tecnológicos». El intenso flujo de información no confluye en el río de la democracia, sino que abreva insaciablemente en él, interceptando sus contenidos y desviando sus cauces hasta gigantescos y majestuosos lagos artificiales estancados. Cuanto más intensa es la corriente, mayor es el riesgo de que el río se seque. Los servidores de la red mundial almacenan información para que la moderna cultura líquida pueda desplazar el aprendizaje y reemplazarlo por el olvido como principal fuerza motora de los objetivos de la vida de los consumidores (VC, 148).

No solo estamos ante dos mundos distintos sino ante dos mundos enfrentados:

... en lo que se refiere a la política real, durante el viaje a su almacenamiento virtual, todo disenso es esterilizado, desactivado y degradado..., la política real y la política virtual marchan en sentidos contrarios, y la distancia entre ambas crece a medida que la autosuficiencia de una se beneficia con la ausencia de la otra... (VC, 150).

Esta fenomenología de los dos mundos no evita la ambigüedad y la tensión. Aunque el mundo virtual puede abrirnos a los demás y fortalecer la ruptura de muros en la comunicación humana, Bauman sitúa el ciberespacio y las redes en el campo semántico de la modernidad líquida, la individualización, la elección, el autocontrol, la flexibilidad y el refugio ante un goloso nuevo hábitat aparentemente democrático:

Los seres humanos del siglo XXI son de dos mundos... *online*, a diferencia de todo lo que ocurre *offline*, soy yo quien ostenta el control, yo soy el jefe, yo mando... Sensación divina que invade al niño dejado a sus anchas en una tienda de golosinas..., el acceso a la red ha resultado no ser una búsqueda de mayor iluminación, de unos horizontes más amplios, del conocimiento de concepciones y estilos de vida desconocidos hasta ahora, con el fin de implantar en ella ese diálogo que exige «el hábitat democrático ideal». Atraídos no tanto por la oportunidad de *acceso* como por la de *salida*.

Esta segunda oportunidad se ha revelado hasta el momento como más atractiva; se ha empleado muchísimo más para construirse un refugio que para derribar muros y abrir ventanas; para reservar una zona de confort exclusiva, lejos de la confusión del mundo caótico y desordenado de la vida, y de los retos que este plantea al intelecto y a la tranquilidad del espíritu: para evitar la necesidad de dialogar con personas potencialmente irritantes y estresantes... La red permite un espléndido aislamiento pura y silenciosamente irrealizable e inconcebible en el mundo *offline*. La red ha facilitado prácticas de aislamiento, separación, exclusión, enemistad y conflictividad..., ofrece a cualquiera vía libre para las insinuaciones, las murmuraciones, las calumnias y las difamaciones, y en general para la mentira (GL, 77-78).

La tensión entre los dos mundos no genera confianza o seguridad sino incertidumbre. Una incertidumbre que trasladada al ámbito cultural exige flexibilidad. Ante la incertidumbre, el consumidor está a merced de la ignorancia y la impotencia. Y en algún momento su autoestima se ve lesionada porque no se encuentra a la altura de lo que se le pide en la sociedad de consumo:

... la experiencia del estado de incertidumbre tiende a tener como repercusión un intento de fuga de la debilidad, de la fragilidad, de la esquizogénesis y, en conjunto, de la labilidad y de la inestabilidad de los vínculos... (GL, 88-89).

La incertidumbre se transforma en flexibilidad para todos los ámbitos y actividades humanas. Empezando por las laborales:

pienso en el término flexibilidad y veo escrita la palabra empleo..., la consecuencia es un exceso de demanda *desresponsabilizada de empleo*..., nuestra época solo nos exige un requisito a nosotros, nativos líquidos: ser expertos en flexibilidad..., la flexibilidad laboral está en total disconformidad con los jóvenes de hoy, ya que exige una fuerte responsabilización..., se ha pasado del trabajo como medio para tener una vida acomodada y poder mantenerse, al trabajo como medio para encontrar otro trabajo, con suerte mejor retribuido. Y la búsqueda de una vida acomodada a través del trabajo, sin tener ya un punto de referencia sólido como la estabilidad, se está convirtiendo cada vez más en un espejismo periférico (GL, 96-97).

Y terminando por las flexibilidades emocionales propias del «amor líquido» donde a la flexibilidad «laboral» debemos añadir la flexibilidad «sexual»:

Los nativos líquidos se han convertido en profesionales de la flexibilidad sexual. El amor sólido razonaba en términos de amor eterno, el amor líquido razona de aquí a las «eternas» veinticuatro horas siguientes... Permíteme ser flexible, dame libertad para marcharme y seré todavía más sincero y libre de volver junto a ti (GL, 98).

Conclusiones

La lectura detallada de las últimas obras de Bauman nos confirma la idea de que estamos ante un profeta de la despersonalización del mundo. La aplicación del adjetivo «líquida» al ámbito de las generaciones, del amor y del conjunto de relaciones humanas sitúan sus análisis a medio camino entre un mundo moderno caracterizado por propuestas «sólidas» y un mundo difícil de catalogar o describir lleno de incertidumbre. Un mundo que en realidad son dos: las redes sociales, Internet y el ciberespacio nos transforman en ciudadanos de dos mundos: el real *offline* y el virtual *online*.

Aunque no conozcamos con certeza las consecuencias de esta nueva ordenación de las relaciones sociales, sí parece clara la estrecha relación entre la digitalización del mundo y el consumo. Un consumo que también afecta al ámbito de las relaciones humanas donde cada vez parece más problemático relacionarse con personas de carne y hueso.

Nos ayuda a pensar el concepto de persona en el siglo XXI porque describe la crisis del vínculo social. Cuando interpretamos su denuncia de la desvinculación como «despersonalización» es porque hasta ahora las identidades personales eran pensadas desde categorías como la duración, la responsabilidad, el compromiso, la interdependencia o el endeudamiento mutuo.

En las sociedades líquidas se produce una fetichización de la subjetividad y una exaltación del individuo como permanente «homo eligens» que vive de espaldas al otro. Este permanente vivir de espaldas al otro no solo genera un olvido de los vínculos reales que mantienen la vida institucional sino el crepúsculo de la solidaridad. Las claves antropológicas que hemos señalado indican claramente que la despersonalización anunciada supone también una crisis del mutualismo y las instituciones sociopolíticas fundadas en el horizonte de una «comunidad humana».

Aunque las ideas de Bauman no son muy optimistas ni esperanzadoras, tienen la especial virtud de mantenernos despiertos y vigilantes. En la tradición de una filosofía social crítica nos ayuda en la aplicación del principio de sospecha al nuevo horizonte cultural líquido que nos abren las redes sociales. Y lo hace sin que perdamos de vista nuestra condición de consumidores que anhelan, persiguen y construyen una identidad propia. Y lo hace desde una sociología cuya preocupación fundamental no es la desaparición de los vínculos sociales sino la desaparición del sujeto con mayúsculas, es decir, de la persona de carne y hueso.

Como profeta de la despersonalización del mundo, quizá podemos afirmar que la gran aportación de estas últimas obras de Bauman está en que nos sigue proporcionando herramientas para resistir valerosamente los constantes embates de la cosificación de la realidad personal.