

# La materialidad de las redes sociales en la educación

Tania Alonso-Sainz

Universidad Complutense de Madrid

## 1. Introducción

En las próximas páginas trataré de añadir algo al asunto de la tercera ponencia sobre la materialidad de lo digital en la educación, aceptando el llamamiento que hacen los autores de la ponencia a los teóricos de la educación de ir “un paso por delante” (p. 27) de la revolución tecnológica. Lo haré desde un elemento concreto: las redes sociales (RRSS) en la vida de los jóvenes, ahondando en lo que prometen cumplir, lo que realmente cumplen, contra quienes atentan, lo que empañan y, sobre todo, lo que está en juego en la educación de los jóvenes que las usan. Mi hipótesis de partida es que las RRSS son una manifestación cultural que descifra el momento presente y que a la vez reclaman una explicación más profunda sobre la antropología humana.

Para entender las RRSS hay que dar un paso atrás al mundo virtual, “el mundo *onlife*” (Sánchez-Rojo, García-Gutiérrez y Martín-Lucas, 2022), o lo que Hadjadj en 2016 llamaba “la era tecnológica”, con su principal característica de suponer una drástica ruptura antropológica, en la que, consecuentemente, los escenarios catastróficos se multiplican. Y no es una exageración si pensamos en los nuevos desastres que suponen la nomofobia (miedo a la desconexión), el *ciberbullying*, el *sexting* y el *phising*, el *phubbing* (el acto de ignorar a alguien por mirar el móvil), el FOMO (*fear of missing out*) o el *grooming* (el abuso de adultos a menores en internet). Desde luego que muchos de estos “desastres” tienen su homólogo en versión analógica, pero no todos, ni con las mismas características. Por eso me parece que las RRSS merecen atención específica, porque van más allá de “digitalizar” problemas que ya existían.

## 2. Punto de partida: las evidencias primeras

Explica Hadjadj en *La suerte de haber nacido en nuestro tiempo* que nos tenemos que dedicar a recordar las evidencias primeras. Y esto es más difícil que explicar un milagro o que explicar la ciencia, porque “la evidencia primera, al contrario que el milagro, no es espectacular, ni puede demostrarse como (...) una ciencia. (...) Y uno se encuentra

explicando, de un modo algo ridículo, que el fuego quema y que el agua moja” (Hadjadj, 2016, p. 60).

Pues bien, si he traído esta cita es porque quiero recordar (de un modo algo ridículo) una evidencia primera: que tenemos los ojos en la cara. Que lo único que no podemos ver con nuestros propios ojos es nuestro rostro. Hasta la espalda, si nos estiramos mucho, llegamos a verla. Pero el rostro no. La evidencia primera es que los ojos de nuestro cuerpo parecen estar para mirar a otros, y para que otros, con sus ojos, con los que no se pueden mirar a sí mismos, miren nuestro rostro. Evidentemente, la tecnología ha modificado esto. Del reflejo en un río a la invención de los espejos<sup>1</sup>. Y de los espejos a la cámara frontal de los móviles que nos permiten llevar un espejo en el bolsillo. Si bien son innegables los beneficios de los espejos, la posición de los ojos en el rostro no parecía tener vocación autorreferencial.

Dicho esto, demos ahora un paso más. Como sabemos, la raíz etimológica de persona viene del griego antiguo ‘*prósopon*’ que significa “delante de la cara o máscara”. Es decir, que la palabra persona tenga que ver con la cara, hace del rostro algo destacable dentro de nuestro cuerpo. Por eso en el carné de identidad no va la foto de nuestro codo, ni nos maquillamos los hombros para salir a la calle, y por eso también los filtros más utilizados en *Instagram* manipulan el rostro. Si el rostro es lo que más nos define, y a la vez es lo que no nos podemos ver a nosotros mismos, se puede deducir la necesidad de ser explicados por la alteridad. Y, por tanto, los *likes*, los seguidores, o los refuerzos en la red social tienen que ver con una radical necesidad antropológica, no con una simple suerte narcisista de nuestro tiempo<sup>2</sup>.

### **3. El fin nos indica el camino**

Este apabullante desenfreno de lo que muchos han llamado egocentrismo y narcisismo adolescente acrecentado por las RRSS me parece más interesante explorarlo desde el fin de la naturaleza humana. ¿Cuál es el fin de la naturaleza humana? ¿Cómo se cumple la naturaleza humana? Y antes de nada ¿Por qué nos debería importar, en el caso de que tal cosa existiese? Aunque solo sea por el interés que nos suscitan otras naturalezas, considero que podríamos darle una oportunidad. Tenemos los periódicos llenos de

---

<sup>1</sup> Según varias fuentes divulgativas, el espejo tal y como hoy lo conocemos tiene doscientos años y fue idea de un químico alemán.

<sup>2</sup> Por eso la dinámica del *selfie* está en las antípodas de nuestra radical necesidad de la alteridad, como se explicó en Alonso-Sainz (2021).

noticias sobre cómo funciona un volcán, qué tenemos que hacer para cuidar mejor el planeta, qué señales nos está dando de su deterioro, cómo podemos conservar a las especies, e incluso queremos conocer y respetar nuestro funcionamiento orgánico: cómo comer más cosas *bio*, cómo escuchar a nuestro cuerpo, los beneficios de los remedios homeopáticos no invasivos, etc.

El interés generalizado por el funcionamiento de la naturaleza contrasta con el desinterés por el funcionamiento de la naturaleza humana. ¿Por qué ocurre esto? Según Stein (2003) porque hay en el ser humano de hoy una fuerza que se rebela a ser exigido desde el exterior, a verse obligado a algo o por algo que no haya determinado él mismo.

No obstante, ahora que hemos explicado que la naturaleza humana merece, al menos, el mismo interés que la naturaleza del volcán, sigamos ahondando en cuál es ese fin que nos indica el camino, aunque no lo hayamos determinado nosotros mismos.

Según Rupnik (2013) es a partir del final como podemos preguntarnos por el camino más adecuado. Es mirando a la meta como se intuye la ruta a seguir. Y expone -dicho muy brevemente- que el fin del ser humano es la *comuni3n*, no la comunicaci3n, explicando que en esa estructura original no nos satisface la comunicaci3n con otros sino la comuni3n con todo lo inesperado e imprevisible que conlleva el encuentro con la alteridad.

#### **4. Los medios no son neutros**

Tambi3n Hadjadj (2016, 2017) dice que, despu3s de haber conocido el fin 3ltimo, es vital atender a los medios, porque no solo no son neutros, sino que el medio es el mensaje. El medio impone su formato al mensaje:

“Si ese medio es de carne y hueso (...) se transforma en presencia, el anuncio en rostro y el mensaje en misterio. Pero si ese medio es inform3tico, todo se reduce a una informaci3n automatizada, y la presencia se transforma en descarga, el cuerpo en bits y p3xeles, el rostro en perfil y el misterio del encuentro es un mensaje” (2016, p. 42).

Y m3s adelante a3ade

“aunque en redes sociales podemos iniciar un contacto, este debe convertirse en con-tacto, debe entrar en la dimensi3n del tocar, un estar sin m3s, codo con codo, (...) un estar con otro que no tiene otro fin en s3 mismo que ser lugar de comuni3n” (2016, pp. 42-43).

Ante esto cabe preguntarse ¿No estamos quizás exagerando? ¿No es quizás cierto que las redes sociales imponen una nueva materialidad que no tiene por qué ir en detrimento de lo humano? ¿Estamos seguros de que no es posible la comunión en las redes sociales?

Para ello, nos vamos a ayudar de una obra clave de Twenge (2018) sobre la generación *iGen*. Los estudios que se recogen en esta obra revelan lo siguiente: que los adolescentes de hoy tienen más seguridad física, pero menos salud mental. Tienen menos accidentes de tráfico, beben menos, toman menos sustancias, fuman menos, pero es la generación más propensa de las últimas décadas a sufrir depresión y cometer suicidio. La generación actual sale menos de casa, retrasan su primera cita romántica y tienen menos relaciones sexuales. ¿Qué hacen todo ese tiempo que no están saliendo? Estar en su habitación, solos, chateando, viendo fotos, subiéndolas, comentándolas. No necesitan salir de casa para estar con sus amigos. Las quedadas con los amigos entre el 2000 y el 2015 han caído un 40%. Y si lo hacen podríamos pensar que es porque eso les hace muy felices. Pero los datos se ríen de esta hipótesis.

¿Qué está pasando? Que las redes no cumplen lo que prometen. Quizás la realidad constreñida del cuerpo limitado<sup>3</sup> en el tiempo y en el espacio tiene cierto sentido y es más liberador que la realidad disponible para el consumo del iPhone. Quizás el dato físico de los ojos en la cara y de que no podemos estar con mil personas en distintos sitios a la vez, ni ver lo que otras quinientas están haciendo, nos confirma que ni somos omnipresentes, ni nos hace felices pretenderlo.

## 5. Conclusión

Ocurre en el ámbito educativo que asumimos muy rápido el marco de temporada y gastamos toda nuestra energía en tratar de comprender cómo adaptarnos mejor a lo nuevo. Pero como apuntan los ponentes, merece la pena pedagogizar la tecnología antes que su contrario y sobre todo preguntarnos por las posibilidades humanizadoras de la infósfera o mundo *onlife*.

Se apunta que este mundo “es sumamente complejo y es importante contar con personas bien formadas (...) en la capacidad de observar [los medios] en detalle bajo criterios estrictamente pedagógicos” (p. 27). Esta reflexión pedagógica se hará siempre en relación con una discusión profunda sobre las posibilidades de lo humano, en general, y de las posibilidades de crecimiento humano en la nueva materialidad de lo digital, en particular,

---

<sup>3</sup> Ver ponencia 2.

que si bien impone unos nuevos obstáculos y sus propias resistencias (ver p. 12 y ss.), promueve también experiencias ampliamente deshumanizadoras.

En este sentido, se ha querido apuntar en estas páginas, brevemente, que un inicio para habitar la infosfera y pedagogizar la tecnología sería partir de la naturaleza humana. Recordar a los adolescentes que es propia la necesidad de afirmación que tienen, pero que los medios que les han puesto en las manos no lograrán colmarla. Que la necesidad de que otro le diga que es un bien es muy justa, pero que no se colma con muchos *likes*. Que la red social es un agua que da más sed. Que la soledad es una experiencia que hay que aprender a vivir, al igual que la experiencia de la compañía.

A la vez, nosotros, los teóricos de la educación, debemos ir “un paso por delante” y recordar que las redes sociales no son neutrales ni afectan a todos de la misma manera, sino que actúan como prótesis antropológicas que amplifican lo que ya somos para bien y para mal (Luri, 2021). Y que es sobre todo este Efecto San Mateo el que los educadores tenemos el deber pedagógico y social de amortiguar en los más jóvenes.

## 6. Referencias bibliográficas

- Alonso-Sainz, T. (2021). “Don’t Be Your Selfie”: The Pedagogical Importance of the Otherness in the Construction of Teenagers’ Identity. En J. M. Muñoz-Rodríguez (ed.) *Identity in a Hyperconnected Society: Risks and Educative Proposals* (pp. 49-60). Springer.
- Hadjadj, F. (2016). *La suerte de haber nacido en nuestro tiempo*. Madrid: Rialp.
- Hadjadj, F. (2017). *Últimas noticias del hombre (y de la mujer)*. Barcelona: Homo Legens.
- Luri, G. (2022). Lo que permanece en educación. *Teoría De La Educación. Revista Interuniversitaria*. <https://doi.org/10.14201/teri.27573>
- Rupnik, M. I. (2013). *El arte de la vida. Lo cotidiano en la belleza*. Madrid: Maior Fundación.
- Sánchez-Rojo, A., García-Gutiérrez, J., y Martín-Lucas, Judith. U. (2022). *La materialidad de lo digital en educación*. Tercera ponencia. XL Seminario Interuniversitario de Teoría de la Educación. Recuperado de: <https://site22.usal.es/wp-content/uploads/2022/03/ponencia3-site2022.pdf>
- Stein, E. (2003). *Escritos antropológicos y pedagógicos*. Madrid: Monte Carmelo.

Twenge, J. M. (2018). *iGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy, and completely unprepared for adulthood and what that means for the rest of us*. New York: Simon and Schuster.