

que les suministrará todo tipo de atenciones personalizadas, guiándolos sin errores hacia su destino deseado, al mismo tiempo que les sugerirá paradas a lo largo de los trayectos en lugares que se presentarán como los mejores adaptados a la circunstancia del momento. Y entonces ya no se tratará de una sociedad inevitablemente constituida por una pluralidad de seres que tienen que lograr un acuerdo entre sí, que tienen que llevar adelante acciones concertadas, que tienen que negociar indefinidamente entre ellos, sino que se tratará de un entorno constituido por una profusión de mónadas satisfechas de gozar todo el tiempo de aquello que se supone que les conviene más en cada instante. Esta nueva condición está llamada, a largo plazo, a convertirse en natural, o bien a dar la medida de todas las cosas.



El símbolo apareció sin dar aviso. Ocupaba un lugar relativamente discreto. En un comienzo, no entendíamos qué venía a hacer acá. ¿Por qué razón quienes lo habían concebido se esforzaban sin pausa en introducir nuevas funcionalidades? Un pequeño pulgar hacia arriba se había invitado a nuestras pantallas y nos proponía, si queríamos, hacer un clic sobre él. Al pie de los textos y de las imágenes posteadas por personas surgidas de nuestro círculo de afinidades, se había hecho posible manifestar nuestra aprobación mediante un simple gesto. En 2009, mientras la plataforma Facebook conocía un crecimiento exponencial, sus responsables habían puesto a punto un dispositivo que parecía anodino pero que permitiría acelerar su despliegue, y, más todavía, fidelizar a los usuarios en una medida que nadie, por entonces, podía sospechar. Muy pronto, la sorpresa abrió paso a otra sensación: la alegría por ver que aquello que nosotros publicábamos en nuestras páginas era apreciado por algunos de nuestros contactos. Era una emoción novedosa, y poco a poco se

convirtió en la alegría de encontrar una forma de reconocimiento casi inmediato y público a nuestras contribuciones. Narrar ciertas circunstancias más o menos íntimas o dar testimonio, cada tanto, de las propias opiniones se hizo pronto indisociable de un hecho circunstancial: la sensación de tener una importancia que, lo ignorábamos, podía despertar tanto entusiasmo.

Mientras que la mayor parte de las personas, en aquellos tiempos de crisis financiera, de precarización creciente, de presión gerencial implacable, vivía en la angustia, en la inseguridad, y llegaba al punto de perder la autoestima, la notificación relacionada con un emblema azul cielo de aspecto afable con el cual habíamos sido gratificados tenía el don de aportarnos confort y descargas de placer, modificando prácticamente la ínfima apreciación que teníamos en general de nosotros mismos. En realidad, era imposible resistirse. Solo algunos héroes del estoicismo que se burlaran de toda fatuidad podían ser indiferentes a semejante bendición llegada del cielo –o, más exactamente, de Silicon Valley–. No, la atracción era tan fuerte, el procedimiento agregaba tantos súbitos y vivos colores a nuestra vida cotidiana, que no era cuestión de ser indiferente, sino todo lo contrario, de sacar provecho de él según nuestra conveniencia a fin de padecer menos la aspereza de lo real y de experimentar el hecho de que nuestra persona podía finalmente estar dotada de cierto valor y de que nuestra existencia podía conocer episodios de gozosa intensidad. En ese momento, inicios de los años 2010, lo que se llamaba por entonces “capitalismo cognitivo” –basado en el seguimiento de los hábitos de los internautas y la monetización de esas preciosas sumas informacionales con finalidades comerciales y de marketing– franqueó un umbral para adoptar un giro más sofisticado, el de un *capitalismo de los afectos* que trabajaba para captar la atención por medio de técnicas que se valían de los halagos y que eran capaces de generar la

sensación, destinada a ser reiterada indefinidamente, de *la importancia de uno mismo*. Con ese objetivo, se implementó todo un teatro de los comportamientos, ejercido a escala del planeta entero, que nos mostró cómo los individuos desplegaban diversas estrategias inventadas sobre la marcha, apuntando, día y noche, a encontrar la delectación suprema de la época: el *like*.

Una década después de la introducción del botón con el pulgar hacia arriba, se pudo establecer una tipología no exhaustiva de algunos comportamientos predominantes destinados a satisfacer, en cada ocasión que se pudiera, esa “necesidad pulsional de hacerse valer”, según la expresión de Freud (*Geltungstrieb*). La primera categoría –porque reúne la mayor cantidad de usuarios y genera las prácticas que se ven con más frecuencia– agrupa a aquellas y aquellos que, cada vez que sienten que viven un momento particular, no pueden contenerse de hacer partícipes a otros, generalmente por medio de una o varias imágenes y una breve fórmula escrita. Puede ser la puesta del sol en el mar, un cóctel saboreado al borde de una piscina, una selfie capturada al pie de un monumento histórico, una cena entre amigos o una buena receta preparada en la propia cocina. Estas secuencias temporales se viven como picos de intensidad, pero de ahora en más tendrían menos sabor si los demás no estuvieran al tanto del hecho. No es tanto que se trate de despertar envidia, sino que se volvió inconcebible saborear semejantes episodios sin informar a la horda de contactos: la fiesta, en parte, se vería arruinada. Saberla conocida por otros la vuelve entonces más plena, porque a la experiencia subjetiva se le superpone la de no vivir esos momentos en la pura pérdida y la de poder capitalizarlos en vistas a forjarse una reputación conveniente a bajo costo y casi sin tener el aspecto de estar haciéndolo.

Algunos, según un ritual perfectamente regulado, así como se arreglan de mañana o toman un desayuno, pos-  
tean, con una cadencia cotidiana, su hecho o reflexión  
del día. Este gesto aportará la porción de dopamina que  
resulta de los *likes* recibidos así como de la formulación de  
comentarios posteriores que dejarán a esos individuos en-  
cantados y halagados tanto por haberlos despertado como  
por poder responderlos, pero en una suerte de posición  
"desde arriba", dado que son los autores de la proposición  
inicial. Este uso se enraizó, tomó la forma de un hábito, y  
se hizo flagrante a ojos de todos que surgía de una necesi-  
dad sin la cual se sentiría, probablemente, un malestar  
creciente. Pero como muchos desarrollaron conductas más  
o menos similares, entonces el principio se volvió banal.  
Se banalizó la necesidad de un reconocimiento que hay  
que sostener continuamente y que depende de un clic. La  
propia satisfacción procura la impresión fugaz -pero muy  
euforizante- de una distinción festiva de uno mismo que  
tenemos que repetir sin fin, como si se tratara de un *shot*  
de heroína. Es manifiesto que, para muchos, se convirtió  
hoy en una cuestión de buen equilibrio psíquico.

Están los que, cuando recorrieron un artículo online  
-sea porque se relaciona con sus posiciones o porque  
enuncia palabras adversas-, se apuran a "compartirlo".  
Este término proviene del *share* inglés y, desde el origen,  
había sido objeto de una crítica acerba e irónica, como si  
copiar un enlace dependiera de un acto generoso, de un  
don ofrecido a otro. Acá lo que se busca son menos los  
*likes* que las reacciones que el texto va a despertar. Se pro-  
duce una forma de reapropiación de los contenidos, cuyo  
objetivo consiste en recordar, a ojos de todos, los propios  
puntos de vista. Estos, en general, hacen de la visibilidad  
de su convicción, más que de su puesta en acto, el meca-  
nismo de su prestigio respecto de su audiencia, sabiendo  
que, en el fondo, involucrarse regular y concretamente en

la vida común requiere una energía de otro tipo e impone  
cierta modestia. En cambio, privilegiar la exhibición de  
las propias opiniones con un simple clic otorga un bene-  
ficio doble: la operación no moviliza casi ningún esfuerzo  
y otorga una recompensa inmediata, por cierto, irrisoria,  
pero que en cada oportunidad contribuirá a cultivar una  
imagen siempre más satisfecha de uno mismo.

Son muchos los que, cuando viven un momento más o  
menos doloroso, una inundación, una separación, un des-  
pido, hasta un duelo; o bien, a la inversa, una circunstan-  
cia particularmente feliz, un matrimonio, un nacimiento,  
una titulación o un trabajo que se logra, por ejemplo, se  
unen en el hecho de que no se pueden imaginar quedán-  
dose en la intimidad del acontecimiento, sea este triste  
o alegre. En esas circunstancias, los afectos alcanzan tal  
nivel de intensidad que se quiere todavía más. Dentro del  
entorno de la publicidad de uno mismo, si esos hechos se  
vivieran en la estricta intimidad, con pudor y discreción,  
algo faltaría: la oportunidad de beneficiarse de esos epi-  
sodios desdichados o alegres a fin de establecer un lazo  
más nutrido con sus semejantes. El objetivo consiste en  
generar una empatía masiva y sin moderación que gire  
enteramente alrededor de la propia persona. Durante esos  
momentos, ya sea que se esté llorando o se plante un ros-  
tro radiante, uno es bastante el rey del mundo.

Finalmente, existe una suerte de "afuera" de esa ca-  
tegoría, a la cual pertenece la mayor parte de la gente.  
Agrupa a quienes, por instinto o experiencia, entendie-  
ron que, para recibir el bien supremo del *like*, conviene  
dar *likes* -pero con pertinencia, casi con ciencia- a todos  
aquellos que nos dan *like*. Se instituye entonces toda una  
economía del *like*, toda una economía de la búsqueda de  
la sensación de la importancia de uno mismo. Para eso, se  
hacen pasadas cotidianas de *likes* -como otros pasan por

creo q' lo q' ocurre es más  
sutil pero menos efectivo  
- 139 -

los bares a lo largo de una calle céntrica-, convirtiéndonos regularmente en voyeuristas de la actividad de otros, antes, incluso, de otorgar un pulgar hacia arriba y provocar una salva de placer en el destinatario, lo que se evalúa caso por caso según una decisión bien meditada. Dada la inyección de felicidad que esto ocasiona, cualquiera, si quiere recibirlo, debe saber también acordarlo, en un movimiento que toma exactamente la forma de lo que Marcel Mauss denomina, en *Ensayo sobre el don*,<sup>46</sup> la "triple obligación": *la de dar, la de recibir, la de devolver*. Del mismo modo que no existe un posteo gratuito, que cada uno de ellos busca no tanto difundir una información -cualquiera sea su naturaleza- sino señalar la propia existencia dentro de la escena de ese teatro en el cual los protagonistas se garantizan alternativamente los roles de actor y espectador, ningún *like* se deriva de un gesto inocente e impulsivo sino de un posicionamiento que será la garantía de retribuciones futuras. Entonces, las modalidades de relación con el otro se inscriben dentro de estrictas lógicas de intereses. Todos se entregan a actos con el objetivo de encontrar un beneficio a cierto plazo, lo que hace que nunca pueda tener lugar una marca de asentimiento desprovista de finalidad, una marca que fuera completamente pura. Es lo que Jacques Derrida había analizado a propósito del don en *Dar (el) tiempo*,<sup>47</sup> don que en ningún caso se da de manera absolutamente desinteresada, en la medida en que hay una suerte de espera inevitable de su contrapartida. El don se deriva entonces de un aspecto de lo imposible, así como pasaría con un *like* que estuviera únicamente hecho de una total y benévola adhesión: representaría un sinsentido en esa esfera en la cual los individuos solo maniobran a fin de poder considerarse como frente a un

46. Marcel Mauss, *Ensayo sobre el don*, Buenos Aires, Katz, 2009.

47. Jacques Derrida, *Dar (el) tiempo. I. La moneda falsa*, Barcelona, Paidós, 1995.

espejo que les devuelve una imagen continuamente magnificada de sí mismos.

En realidad, Facebook generó, progresivamente, a lo largo de los años 2010, una suerte de *open space* a cielo abierto y a escala del planeta entero, dentro del cual todos despliegan asiduamente sus fuerzas en vistas a sentir la importancia de sí mismos. Esto hace emerger un darwinismo social de nuevo cuño, una lucha por la reputación, en la cual la naturaleza de las actividades llevadas adelante y los puntajes obtenidos son consultables en todo momento en las pantallas, lo que instaura una competencia no declarada pero feroz destinada a recibir el mayor número de gratificaciones acordadas por los pares. La plataforma ofrece una democratización de la visibilidad y de la consideración, pero dentro de lógicas inevitablemente comparativas, porque están expuestas a una transparencia a disposición de todos los miembros de un círculo de afinidades. Este esquema, si se lo mira de cerca, está calcado del *management* contemporáneo, que se basa en alentar la iniciativa y la expresión de los propios talentos, seguidas por eventuales recompensas en función de la cuantificación de los desempeños. Dentro de este mecanismo, los *facebookeros* son también llamados a expresarse, a hacer valer sus singularidades valiéndose de estrategias sutiles. Porque cada *like* que se cosecha resulta siempre de una táctica bien pensada con la finalidad de integrarse perfectamente al sistema y de beneficiarse de todas las primas concedidas. Es como si el juego competitivo cada vez más encarnizado que está vigente en las sociedades contemporáneas, de inspiración principalmente neoliberal, se hubiera en parte duplicado en el interior de este marco, pero con la particularidad de que adopta un aspecto cool, radiante, casi inocente, que llega hasta a emparentarse con el espíritu de una perpetua y despreocupada colonia de vacaciones. Esta arquitectura fue ingeniosamente

elaborada por quienes la concibieron, que saben bien que, para facilitar la expresión de los comportamientos en vistas a su penetración y monetización (que se deben profundizar sin descanso), son indispensables buenas dosis de emulación basada en juegos de rivalidad, si uno quiere que los individuos se entreguen a ello con todas sus fuerzas y sin moderarse.

Con el transcurso del tiempo, por el uso, aquel placer inicial casi virginal de recibir un *like* se transformó en una necesidad cada vez más compulsiva de afirmarse por medio de posteos y de ver cómo uno recibía marcas reiteradas de aprecio –sin matices–, a diferencia, o más bien en el extremo opuesto, de la complejidad y aridez que ofrecía la vida común y corriente. Esta forma emergente de bulimia colectiva entró en resonancia con la dureza creciente de una época constituida básicamente por la invisibilidad social y las humillaciones de todo tipo que vive cotidianamente un gran número de personas. El dispositivo garantizó entonces otra función, dado que no se limitaba a ofrecer descargas de delección: se erigió también como una prótesis dotada de virtudes reconfortantes. Actuaba como un estimulante de tipo inédito continuamente disponible y, por la sofisticación de los mecanismos en juego tanto como por la plena implicación de los usuarios, ya no se relacionaba con un capitalismo de los afectos sino con una *catarsis*. Probablemente se trate del único caso verdadero de economía “inmaterial”, dado que, al apoyarse únicamente sobre resortes psicológicos y estar exclusivamente dedicada a curar laceraciones, ya no busca, como el modelo de la sociedad de consumo, fabricar productos y generar contento mediante el acto de compra, sino que pretende dar la sensación, gracias a sistemas técnicos destinados e individualizados, de tener otro lugar en la sociedad, de beneficiarse de una suerte de “superación” en el seno

de lo real, y de poder hacer uso de eso hasta el final con el aspecto de una revancha gozosa y continua.

Los usuarios se dejaron atrapar entusiasmados en la trampa de esta gigantesca máquina de halagar, que era cuidadosamente agenciada por una firma, sin manifestar la menor desconfianza; justamente la desconfianza que habrían mostrado en muchos otros casos a los que podríamos referirnos. Pero se vieron tan avasallados por el goce de sentir en inyecciones regulares la satisfacción de sí mismos de manera tan sencilla, que una amplia mayoría se consagró a gastar energía sin retaceos para lograrlo. Esta nueva pasión de la época logró marear a muchos. Basta con consultar algunas cuentas al azar para entender hasta qué punto los individuos se vieron embriagados por estos valiosos testimonios formalizados en un clic y llegaron al punto de adoptar conductas sobre las cuales uno se pregunta cómo se pueden alcanzar semejantes límites con total indiferencia respecto de la contención, el pudor o la discreción. Habría que establecer algún día la lista de gestos exhibidos ante otro que habrían sido impensables hasta la introducción del *like*, o que habrían aparecido a ojos de cualquiera como sumamente desubicados, inconvenientes o ridículos, y que, sin embargo, se banalizaron progresivamente y de forma casi insidiosa. Quizá, dentro de una multitud de ejemplos de los cuales somos regularmente testigos, la imagen de una carta privada subida online, la del resultado de los análisis de sangre o del boletín trimestral del propio hijo, las palabras hirientes proferidas respecto de un ex o de una persona con la cual uno tiene un conflicto, el aviso de la muerte de alguien cercano seguido de palabras demasiado íntimas enunciadas a propósito del hecho, o las fotos de un recién nacido tomadas en ese mismo momento en la clínica de maternidad...

Hay que pensar que el espíritu de la época, que incita a la ansiedad, constituye el combustible natural de

la plataforma. Estos usos no hicieron sino intensificarse e institucionalizarse, y nos mostraron a todo el mundo queriendo siempre más y más, a la búsqueda de la sensación de existir a través de intervenciones recurrentes, sin mencionar el hecho de verse sostenido por los miembros de la propia red conforme a las lógicas del clan, que son las rectoras dentro de una dinámica de autoexpresión y de validación recíproca que poco a poco se volvió algo totalmente enloquecido. Por esa razón, Facebook fue considerado como una instancia que ofrecía una *dimensión de asilo* en tiempos sombríos: desde que aparece el menor malestar, se siente la necesidad irreprimita de hacer que los otros formen parte de ciertos hechos o reflexiones además destinadas a encontrar eco dentro de una caja de resonancia que hace las veces de lazo con los demás, a la vez que está pertrechada con virtudes reconstituyentes. Es como si, en menos de una década, y particularmente por el hecho del *like*, el dispositivo que había alentado masivamente un narcisismo secundario, a saber, según la definición freudiana, una atención excesiva sobre uno mismo, se hubiera deslizado progresivamente hacia una fase regresiva, hecha de un narcisismo primario y caracterizado por el hecho de no sentir separación alguna entre los componentes de lo real y la propia persona, viviendo, como los bebés, dentro de una indiferenciación entre la propia persona y el entorno.

La plataforma otorga hoy antes que nada un "sentimiento oceánico" (Romain Rolland), el de imaginarse plena y armoniosamente parte del mundo –a diferencia de la experiencia habitual–, de estar como inmerso en un plasma desprovisto de toda costura con los demás, pero con la distinción decisiva de ver cómo la subjetividad de cada cual, implícita o explícitamente, ocupa un lugar preponderante en un proceso que mezcla de manera totalmente inédita narcisismo primario y secundario. Probablemente sea oportuno establecer esta cruel pero simple ecuación:

cuanto más activo se es, más se manifiesta un malestar, y entonces, ante cada perturbación del humor, aparece la necesidad de ir sin demora hacia el refugio consolatorio –de sustrato simbiótico– que está a disposición de todos. Es en este sentido que hay que considerar la envergadura del testimonio de Melissa Broder, quien, en su obra *So Sad Today*,<sup>48</sup> explica hasta qué punto sus posteos actúan como terapia para sus sufrimientos morales, posteos que serían como botellas perpetuas lanzadas al mar con una función estrictamente catártica: "Me daba un sostén; era quizás el flujo de dopamina en el momento de apoyar el dedo en 'enviar'".<sup>49</sup> Con seguridad, compartió, sin rodeos pero con lucidez, una sensación que todos tienen de modo más o menos consciente en cada clic: la de un cuasiorgasmo seguido inevitablemente de la experiencia de un "descenso" que los lanza de nuevo al combate contra la aspereza de lo real, dentro de una lógica que gira en el vacío y que está consagrada a no terminar nunca.

Lo que generan todas estas prácticas no es tanto una mezcla entre las esferas privada y pública como el posicionamiento de uno mismo como nueva condición de la visibilidad social. La visibilidad, que hasta ahora dependía de las propias acciones, de una forma del mérito personal, pretende de ahora en más, y para la mayoría, ser obtenida a través de la afirmación verbal y la difusión de imágenes y de hechos de todo tipo destinados a despertar efectos de reconocimiento. Lo que se produce entonces es una mutación de la naturaleza de la autoestima que provoca que ahora veamos, en vez de gestos valiosos que resultan de los propios esfuerzos, un buen uso de las técnicas de la expresividad. ¿Y cómo no entender esto como una regresión civilizatoria, en la medida en que la voluntad de

48. Melissa Broder, *So Sad Today. Ensayos íntimos*, Barcelona, Alba, 2017.

49. *Ibíd.*, p. 24.

construcción positiva, tanto individual como colectiva – que puede, en función de la calidad de los proyectos que se emprendan, originar sentimientos legítimos de satisfacción–, se ve suplantada por la búsqueda infinitamente repetida de un éxtasis fugaz que se deriva del espectáculo de la propia persona, todo esto sazonado con algunos aplausos finalmente bastante sordos? Es como si, en una sociedad del padecimiento, en lugar de comprometernos sin pausa en vistas a modificar virtuosamente ciertas cosas, predominara ahora una pereza generalizada que adopta la forma de una complacencia por buscar y desencadenar efectos con la finalidad de encontrar motivos de alegría, quizás el tipo de alegría que principalmente se persiga hoy.

Lo que todo este mecanismo ha originado es un fenómeno de atomización de los seres humanos, en oposición absoluta a lo que se supone que representa la plataforma. Y entonces nos damos cuenta de qué se trata la fábula de la “red social” y de los “amigos”, según los términos forjados por la marca, una fábula que además se impuso muy pronto y se replicó en distintos lugares sin ninguna distancia crítica. Todos, en los hechos y según los propios relatos, alentados por la fórmula “¿Qué estás pensando?” situada en la parte superior del muro a la espera de un posteo, quedamos dentro de un esquema que, más que instituir lazos, implica el aislamiento de los individuos bajo la apariencia de una socialidad más intensa. Es tan perturbador y perverso, que descryptar los engranajes en marcha se convierte en un deber. Se trata del aislamiento cuyos efectos de despolitización analizó particularmente Hannah Arendt, dado que el intento de implementación de modos de vida deseables es indisoluble de los procesos de intercambio, de deliberación y de concertación seguidos luego de la realización de acciones establecidas en común: “La acción, a diferencia de la fabricación, nunca

es posible en el aislamiento; estar aislado es lo mismo que carecer de la capacidad de actuar”.<sup>50</sup> Lo que se instituye también es una percepción de los fenómenos bajo los propios prismas, que arrastra *de facto* un retiro del lugar que se le asigna al otro:

Esto puede ocurrir bajo condiciones de total aislamiento, donde nadie está de acuerdo con nadie, como suele darse en las tiranías. Pero también puede suceder bajo las condiciones de la sociedad de masas o de la histeria colectiva, donde las personas se comportan de repente como si fueran miembros de una familia, cada una multiplicando y prolongando la perspectiva de su vecino. En ambos casos, los hombres se han convertido en completamente privados, es decir, han sido desposeídos de ver y oír a los demás, de ser vistos y oídos por ellos. Todos están encerrados en la subjetividad de su propia experiencia singular, que no deja de ser singular si la misma experiencia se multiplica innumerables veces.<sup>51</sup>

Lo poco de conciencia crítica al respecto apenas si se ocupó de la protección de los datos personales –muy en consonancia con la época–, mientras veíamos cómo todos se embriagaban exponiéndose a la mirada de la multitud, obteniendo un goce de la representación inflada de sí mismos, y exigiendo a la vez (como una paradoja que nos cuestiona a propósito de la coherencia de las posiciones en juego) beneficiarse de la propia y pequeña “vida privada”, lo que da pruebas de una enorme estrechez de miras, de una inconsecuencia y de una ingenuidad que confunden. El drama es que, si todo es una cuestión de energía –de buena gestión de la propia energía, en vistas a llevar adelante con buenos resultados los propios proyectos–, la

50. Hannah Arendt, *La condición humana*, Barcelona, Paidós, 2003, p. 211.  
51. *Ibid.*, p. 67.

formidable energía invertida en estos asuntos supone un retroceso casi mecánico de la implicación en los asuntos comunes, a imagen y semejanza de todo ese tiempo que se invierte en los posteos de opiniones, particularmente los que florecen durante las campañas electorales, que tienen el don de no producir nada en especial y que quedan como oleadas de palabras suficientes o indignadas que muy pronto se ahogan en los hilos continuos de la actualidad o quedan arrojadas al olvido.

Si se quisiera hacer creer que los seres son activos, que se entregan a la vida social y política, cuando en realidad están alimentando un modelo económico sumamente perfeccionado que, además, prepara el terreno a las situaciones que vemos todos los días, ningún otro procedimiento sería más eficaz. Y sin embargo existe, entró en los hábitos y acompaña de ahora en más, como si fuera natural, el transcurso de las existencias. Comprobamos con la mayor desolación que lo que fue segado de raíz es la experiencia de la vida en común basada en la libre expresión de las subjetividades y su asociación mutua con finalidades constructivas. Se produce su inversión absoluta en una suerte de alegre y permanente fiesta colectiva –a la cual asistimos, sin embargo, en soledad, detrás de la pantalla– a partir de la satisfacción respecto de uno mismo y de la buena conciencia generalizada. Podemos suponer que, cuando casi un tercio de la humanidad se acomoda cotidianamente y a manos llenas dentro de estas prácticas, es el deber moral de todos contribuir a la vida de la Ciudad, que se ve negada. Esto da pruebas del triunfo –quizá definitivo– de la vanidad sobre la responsabilidad.



El OULIPO, Laboratorio de Literatura Potencial, colectivo de autores fundado en los comienzos de la década del sesenta –particularmente por Raymond Queneau–, postulaba, después de muchos otros escritores en la historia, que las limitaciones, y no solo en poesía sino también en prosa, incentivaban una originalidad formal, una rítmica de la sintaxis y una creación liberadora relativa al lenguaje. En efecto, cuando había un precepto que no procedía de un dogma absoluto, podía favorecer la concepción de obras inauditas. Esa fue la proeza que consumó Georges Perec en su novela *El secuestro* [*La disparition*].<sup>52</sup> La obra fue concebida según un procedimiento lipogramático que excluía el uso de la letra “e” –la vocal más usada en lengua francesa– y ponía en escena la desaparición de varios personajes precisamente por la ausencia de dicho carácter, en un relato que provocaba una experiencia de lectura tan vertiginosa

52. Georges Perec, *El secuestro*, Barcelona, Anagrama, 1997. En la versión en castellano, la vocal desaparecida es la “a”. [N. de la T.]