

**PROLETARIZACIÓN COGNITIVA Y SEDUCCIÓN EFÍMERA:  
LA IDENTIDAD JUVENIL FRENTE A LA OMNIPANTALLA**

Proletarianization of cognition and ephemeral seduction: youth  
identity in the face of the omniscreeen

**José Carlos Ruiz Sánchez**

Universidad de Córdoba, España.

Fs2rusaj@uco.es

 <https://orcid.org/0000-0002-3479-2590>

Este trabajo está depositado en Zenodo:

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13363063>

**RESUMEN**

En la era digital, los dispositivos móviles reconfiguran la identidad adolescente, planteando cuestiones ontológicas y epistemológicas de primer orden. Este artículo explora las teorías filosóficas de Gilles Lipovetsky y Bernard Stiegler al respecto, usando una metodología que incluye el análisis de la hipermodernidad y el hiperindividualismo de Lipovetsky, y la proletarianización cognitiva de Stiegler. Las principales aportaciones indican que la conectividad constante y el consumismo moldean la autopercepción juvenil, mientras que la digitalización perturba las estructuras psíquicas y cognitivas, creando una dependencia tecnológica. Entre las limitaciones del estudio encontramos que se realiza un enfoque filosófico, que podría no abarcar todas las dimensiones prácticas del fenómeno, si bien, la principal aportación radica en la combinación de las teorías de Lipovetsky y Stiegler para comprender la transformación identitaria en los adolescentes en la era digital.

**Palabras claves:** Proletarianización cognitiva, seducción efímera, hipermodernidad, hiperindividualismo.

**ABSTRACT**

In the digital age, mobile devices are reconfiguring adolescent identity, raising fundamental ontological and epistemological questions. This article delves into the philosophical theories of Gilles Lipovetsky and Bernard Stiegler on this matter, employing a methodology that includes an analysis of Lipovetsky's hypermodernity and hyperindividualism, as well as Stiegler's cognitive proletarianization. The key findings suggest that constant connectivity and consumerism shape adolescent self-perception, while digitalization disrupts psychic and cognitive structures, fostering technological dependency. Among the study's limitations is its philosophical focus, which may not encompass all practical dimensions of the phenomenon. However, the primary contribution lies in the integration of Lipovetsky's and Stiegler's theories to understand the transformation of adolescent identity in the digital era.

**Keywords:** Cognitive proletarianization, ephemeral seduction, hypermodernity, hyperindividualism.

## INTRODUCCIÓN

En el contexto de la era digital contemporánea, la ubicuidad de los dispositivos móviles entre los adolescentes plantea preocupaciones ontológicas y epistemológicas significativas respecto a su influencia en la constitución del self y la identidad. Este artículo trata de profundizar en las perspectivas filosóficas de dos destacados pensadores contemporáneos que han abordado de manera crítica la modernidad y la tecnología: Gilles Lipovetsky y Bernard Stiegler. El objetivo es examinar cómo las tecnologías móviles, especialmente el Smartphone, actúan como agentes de mediación y transformación en la construcción identitaria de los adolescentes. Lipovetsky aporta una visión sobre la hipermodernidad y el hiperindividualismo, mientras que Stiegler ofrece una crítica sobre la proletarización cognitiva y la disrupción psíquica, proporcionando un marco teórico para entender las dinámicas de subjetivación en el contexto digital actual.

Lipovetsky, conocido por su trabajo sobre la hipermodernidad (Lipovetsky, 2004) y la cultura del hiperindividualismo, ofrece ideas sobre cómo la conectividad constante facilitada por los dispositivos móviles moldea la autopercepción de los adolescentes dentro de una sociedad impulsada por el consumismo. Por otra parte, Stiegler, un reconocido filósofo en el ámbito de la tecnología contemporánea, presenta una crítica sobre cómo las tecnologías digitales, incluidos los teléfonos móviles inteligentes, influyen en las relaciones humanas moldeando tanto las identidades individuales como las colectivas.

La llegada de las tecnologías móviles ha revolucionado la forma en la que los adolescentes interactúan con el mundo que les rodea, difuminando las fronteras entre el ámbito físico y el digital. Los estudios han resaltado

el impacto multifacético de los dispositivos móviles en sus comportamientos, en las relaciones sociales y en el desarrollo cognitivo, llegando a afectar a cuestiones como los patrones de sueño, la llegada del ciberacoso (George & Odgers, 2015), o la reconfiguración de los límites entre las parejas mediante el uso de tecnologías de comunicación electrónica, ilustrando las complejas maneras en que los dispositivos móviles moldean las relaciones íntimas y las concepciones del yo en el ámbito adolescente (Draucker & Martsof, 2010). Existe una preocupación a la hora de tratar de comprender cómo influyen estas interacciones en lo digital en la formación de la identidad de los adolescentes.

La formación de una identidad equilibrada está vinculada al bienestar psicológico, de tal modo que los amigos y los contextos sociales en los que interactúan juegan un papel central en este proceso (Davis, 2012). La formación de una identidad significativa y validada por otros es una de las tareas principales del desarrollo durante la adolescencia (Erikson, 1968). Es en este periodo cuando el valor del grupo cobra especial relevancia, desde el momento en el que los adolescentes pasan más tiempo interactuando con amigos que con sus familiares. Estas interacciones ocurren en relaciones diádicas y en grupos de pares más grandes, involucrando actividades compartidas, intercambio de bromas y conversaciones sobre eventos diarios (Davis, 2012). Los smartphones, las redes sociales y las plataformas de mensajería instantánea permiten a los adolescentes interactuar con los amigos en todo momento y mantener una conexión constante sin importar su ubicación física, promoviendo así un sentido de co-presencia (Ito et al., 2009) y ayudando, al mismo tiempo, a mantener un sentimiento de pertenencia.

Es un período crítico para la formación de la identidad que se caracteriza por un apetito de exploración a

la vez que se procura dotar a sí mismo de una noción de identidad aceptada. Es una etapa caracterizada por ser un proceso de auto-reflexión y localización propia en el mundo social (Erikson, 1968). En este contexto, las tecnologías móviles proporcionan a los adolescentes oportunidades únicas para experimentar con identidades alternativas y roles en el mundo virtual. El uso que hacen de estos medios digitales enfocados a la autoexpresión y la a experimentación es objeto de estudio de múltiples disciplinas. Utilizan foros en línea, publicaciones, videos y perfiles en redes sociales para expresar y explorar aspectos de su identidad.) Estas herramientas digitales permiten a los adolescentes generar una presencia constante, promoviendo la autonomía y la autoexpresión. La tecnología puede considerarse una: "fuerza liberadora para los jóvenes, permitiéndoles superar las influencias restrictivas de sus mayores y crear formas autónomas de comunicación y comunidad. Esta perspectiva sostiene que la tecnología no corrompe a los jóvenes, sino que fomenta una generación más abierta, democrática, creativa e innovadora que la de sus padres" (Buckingham 2008:13)

## METODOLOGÍA

La metodología empleada en este artículo es cualitativa, centrada en un análisis crítico y filosófico de las teorías de Gilles Lipovetsky y Bernard Stiegler sobre la influencia de las tecnologías móviles en la identidad adolescente. El estudio se basa en un enfoque interpretativo, utilizando las obras y conceptos de estos autores para explorar cómo los smartphones y otros dispositivos digitales reconfiguran la autopercepción y las relaciones sociales de los jóvenes. Este enfoque permite una comprensión profunda de las dinámicas culturales y psíquicas que emergen en la era digital.

Para llevar a cabo este análisis, se realizó una revisión exhaustiva de la literatura existente, incluyendo traba-

jos clave de Lipovetsky sobre la hipermodernidad y el hiperindividualismo, y de Stiegler sobre la proletarianización cognitiva y la toxicidad digital. La selección de estos teóricos se debe a su relevancia y contribución significativa al debate sobre la tecnología y la identidad. La metodología cualitativa permite contextualizar y criticar los hallazgos dentro de un marco teórico robusto, proporcionando insights sobre cómo las tecnologías digitales median la formación de la identidad adolescente.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 3.1 La "seducción" de la omnipantalla: Lipovetsky

Gilles Lipovetsky (2007), junto a su colega Jean Serroy, han dedicado una parte de su trabajo a reflexionar sobre la relación contemporánea entre el ser humano y las tecnologías de la comunicación, particularmente las pantallas. La omnipresencia de los dispositivos móviles y la interactividad constante, transforman radicalmente no solo nuestra manera de comunicarnos, sino también nuestra configuración social y personal. En la cúspide de estos dispositivos se encuentra el teléfono móvil (Smartphone) y entre los usuarios más afectados por su implementación en las narrativas cotidianas tenemos a los adolescentes. Lipovetsky observa cómo "a pesar de que los jóvenes abandonen el televisor, no dejan de consumir programas de televisión, series, películas y programas de entretenimiento en sus smartphones o sus tabletas" (2020: 272). Se aprecia una mutación del medio sin una pérdida de contenido, llegando por momentos a afirmar que la esencia de la cultura televisiva, entendida como entretenimiento pasivo, permanece, aunque el soporte tecnológico cambie. Este fenómeno implica una adaptación del individuo a un nuevo entorno mediático, donde la experiencia del entretenimiento se fragmenta y se personaliza, situándonos ante una nueva forma de estar-

en-el-mundo mediada por pantallas portátiles. Este estar-en-el-mundo viene a confirmar, que si bien el teléfono móvil nació como elemento principal de comunicación su funcionalidad se ha transformado en una pantalla para el consumo de ocio y, por lo tanto, como elemento esencial de entretenimiento (Feijoo, et al. 2024:131)

En estas narrativas digitales configuradas en las pantallas de los móviles, es interesante resaltar el hecho de que encontramos una apertura y diversidad de temáticas que, desde la adolescencia y la juventud, se abordan de manera singular. El enfoque hacia los adolescentes en las series muestra una tendencia a innovar, al representar una mayor diversidad juvenil y explorar temas más profundos y menos convencionales como la orientación sexual, la homofobia, la violencia escolar, el acoso, la homo-parentalidad o la drogadicción. En las numerosas series para adolescentes que proliferan, ahora se incluyen personajes transgénero (Euphoria), autistas (Atypical), homosexuales (Love), drogadictos, anoréxicos y personajes negros (David Makes Man), mostrando identidades protagonistas alejadas de los estereotipos (Lipovetsky & Serroy, 2023). Estos contenidos se ven beneficiados por la implementación de la omnipantalla portátil (principalmente Smartphone pero también tablets), en su cotidianeidad.

En este sentido, la relación del ser con los objetos tecnológicos se convierte en una relación de seducción efímera. Este término, cargado de significación, evoca la fugacidad de nuestras interacciones con estos dispositivos. A diferencia de la duradera familiaridad que caracterizaba las relaciones humanas con los objetos en épocas pasadas, la hipermodernidad nos sumerge en un ciclo continuo de novedad y obsolescencia. La seducción que ejercen estos objetos es temporal, ya que están diseñados para ser reemplazados rápidamente, reflejando una cultura consumista que

valora lo nuevo sobre lo perdurable. El sistema ejerce de manera ejemplar su aparato seductor: "El capitalismo consumista se presenta bajo el signo de la tentación ininterrumpida y omnipresente. Los escaparates resplandecientes de colores y marcas estimulan los deseos de compra de los jóvenes y de los no tan jóvenes" (Lipovetsky, 2020:248). Es así como se ilustra la omnipresencia del mercado como una fuerza configuradora de deseos y aspiraciones. La adolescencia, que, no olvidemos, es una etapa caracterizada por la búsqueda de identidad y pertenencia, se convierte en un terreno fértil para las estrategias de marketing que capitalizan la vulnerabilidad y la maleabilidad de los jóvenes.

No es de extrañar que, entre los adolescentes, los teléfonos móviles se conviertan en objetos de deseo, debido, entre otras cuestiones, a que "todos ellos, bienes cuya fuerza de atracción reside en su capacidad de hacer posible la interactividad, la instantaneidad, la facilidad de las operaciones informacionales, la conexión permanente con los demás" (Lipovetsky, 2020: 19). Este poder de atracción radica en la capacidad de los dispositivos móviles para satisfacer el deseo humano de inmediatez y conectividad. La interactividad constante redefine las esferas de lo público y lo privado, diluyendo las fronteras tradicionales entre ambos. En este contexto, la identidad y la presencia se construyen y se reconstruyen en el flujo incesante de información y comunicación mediada por la tecnología. Y dentro de este flujo se condiciona la interacción social: "El hecho está ahí: cada vez más se intenta conocer a alguien a través de la pantalla. Hoy por hoy los adolescentes, las personas de la tercera edad, las personas casadas, los gays, las lesbianas, se conectan a estas páginas a veces durante unos minutos, otras durante horas" (Lipovetsky, 2020:93).

El smartphone no solo mediatiza la comunicación, sino que también se

convierten en el principal medio de socialización. Este cambio subraya una ontología de la presencia mediada, donde la autenticidad de la interacción humana se cuestiona y redefine en un espacio digital.

Estos procesos de seducción que desprenden los dispositivos móviles se extienden al plano educativo. La configuración de la identidad en los procesos educativos se configura bajo lo que Lipovetsky ha denominado la “seducción” (2020:355), un neologismo que combina seducción y educación. La autoridad parental tradicional ha sido sustituida por una educación seductora, donde “las amenazas de castigo y las órdenes severas han sido sustituidas por prácticas atentas, relaciones de igual a igual, un tono seductor y una retórica psicoafectiva” (2020:356). En este contexto, la seducción no es simplemente un medio de atraer o convencer, sino una estrategia integral que permea la crianza y la educación, orientada a maximizar la felicidad y minimizar el conflicto, fomentando así una relación más horizontal entre padres e hijos.

Este cambio en la percepción de la adolescencia se evidencia en la forma en la que se aborda el desarrollo emocional y la autonomía del adolescente. Lipovetsky comenta que el niño puede imponerse como el centro de todas las atenciones parentales debido a la reducción del tamaño de las familias y la mayor inestabilidad de las parejas. Este enfoque hiperindividualizado y afectivo transforma al adolescente en el epicentro de la estructura familiar, donde sus deseos y necesidades se convierten en la principal preocupación.

La cultura posmoderna, según Lipovetsky, es la del “feeling” y la emancipación individual, que se extiende a todas las categorías de edad y género. La educación, antes autoritaria, se ha vuelto enormemente permisiva, atenta a los deseos de niños y adolescentes, mientras que, por

doquier, la ola hedonista exige de culpa el tiempo libre, fomenta la auto-realización sin trabas, y promueve el aumento del ocio. La seducción se impone como una lógica que sigue su curso, que lo impregna todo y que, al hacerlo, facilita una socialización suave y tolerante, dirigida a la personalización-psicologización del individuo (Lipovetsky, 1983)

La reflexión de Lipovetsky sobre la relación entre el ser humano y las tecnologías de comunicación desvela una metamorfosis profunda en nuestras configuraciones sociales y ontológicas, especialmente en la juventud. La omnipresencia de los dispositivos móviles no solo reconfigura la interacción social y la construcción de identidades, sino que instituye una seducción efímera que encapsula la esencia de una cultura consumista centrada en la inmediatez y la interactividad. Este cambio se extiende al ámbito educativo, donde la seducción se adentra para sustituir a la autoridad parental y docente tradicional, promoviendo una relación horizontal y permisiva. Así, la lógica de la seducción tecnológica reconfigura nuestra percepción de la identidad y la interacción humana, instaurando una era donde la presencia se mediatiza y la auto-realización individual se convierte en el imperativo existencial, redefiniendo la esencia misma de nuestra humanidad en el flujo constante de lo digital.

### 3.2 Stiegler: el Impacto en la psicología y la proletarianización cognitiva

Por su parte, Stiegler destaca la implementación de un modelo social donde la digitalización inaugura una transformación de gran magnitud y profundamente disruptiva, equiparable a la aparición de la escritura y la imprenta. Esta disrupción penetra todas las estructuras sociales, incluidas las intergeneracionales, y reconfigura de manera significativa las dinámicas psíquicas de los individuos, especialmente en los jóvenes. Según Stiegler, este proceso, que comenzó hace

veintitrés años, es disruptivo. Utiliza el término 'disruptivo' no solo en el contexto del marketing estratégico, sino también para describir cómo el sistema técnico desmantela las estructuras sociales, incluyendo las relaciones intergeneracionales, y cómo la psique misma, como aparato psíquico, se ve fragmentada. (Stiegler, 2016).

La automatización y la digitalización, facilitadas por dispositivos móviles y tecnologías algorítmicas, han transformado radicalmente la vida cotidiana y las disposiciones sociales. Esta transformación no solo afecta a la economía y el empleo, sino que también altera la forma en que los adolescentes experimentan el mundo y desarrollan sus identidades. La omnipresencia de los dispositivos móviles ha generado una forma de existencia donde los modos de vida son cada vez más prescritos y mediatizados por tecnologías digitales que sincronizan y compatibilizan todos los aspectos de la vida. Stiegler señala que esta automatización, ya en curso, es integral porque incorpora todos los automatismos biológicos, psicológicos, sociológicos y tecnológicos a través de la tecnología algorítmica digital, que los hace compatibles y sincronizables. Además, es generalizada porque tiene efectos en todos los sectores de la economía y en todas las dimensiones de la existencia (Stiegler, 2015).

En este escenario, los smartphones trascienden su función como meros aparatos de comunicación. Se convierten en dispositivos que constituyen tecnologías intelectuales y que inciden en la estructura psíquica del individuo. Según Stiegler, lo digital es una tecnología intelectual, una tecnología de la mente. La mente siempre tiene una base técnica: la mente se fundamenta en la tecnificación de la psique, lo que Aristóteles llamaba el alma (Stiegler, 2016). Los adolescentes, cuyas identidades y capacidades cognitivas están en proceso de formación, son especialmen-

te vulnerables a estas influencias. Los smartphones se empiezan a configurar como prolongaciones de la mente, adquiriendo (o más bien otorgándole), el poder de configurar la forma en que los adolescentes perciben e interactúan con el mundo, de modo que lleguen a interiorizar nuevas modalidades de interacción. Es por eso que, llegado el momento, Stiegler hace referencia a la toxicidad digital que existe en el entorno digital. La excesiva dependencia de los smartphones y de otras tecnologías digitales, puede tener efectos perjudiciales en el desarrollo cognitivo y emocional de los jóvenes. Stiegler observa que nuestra era comienza a percibir con mayor claridad la aparición de toxicidad. Desde hace tres o cuatro años, los discursos muy optimistas e incluso proselitistas de diversas personas involucradas en la tecnología digital han adoptado un tono más reservado y serio, si no a veces trágico (Stiegler, 2016)

Esta toxicidad termina afectando a cuestiones primarias de los procesos cognitivos de los adolescentes tales como la atención. Según Stiegler, en los albores del siglo XXI, la convergencia de teléfonos móviles, redes computacionales y otros artefactos contemporáneos, como los descritos por Giorgio Agamben (2014), integran a través de la digitalización tanto tecnologías cognitivas como culturales. Este ensamblaje produce desconexiones que se entrelazan con sus repercusiones en las relaciones intergeneracionales, provocando además una disrupción en la formación de los circuitos sinápticos del aparato psíquico juvenil. Esta disrupción favorece la hiper-atención en detrimento de la atención profunda, lo que constituiría una ruptura generacional a nivel cerebral, afectando la organología del sistema nervioso central (Stiegler, 2008). Todo eso sin olvidar la potencia que tienen unas redes capaces de ofrecer una nueva dinámica de interacción, y que, aunque presentan oportunidades de conexión y comunicación, también plantean riesgos de

superficialidad y de dependencia de flujos organizados externamente, limitando el desarrollo de una atención más autónoma y crítica en los adolescentes: Stiegler comenta que las nuevas tecnologías de comunicación ofrecen la oportunidad de multiplicar los contactos y mantener relaciones con los demás. Esto es muy distinto a la relación que se tiene con la televisión, donde uno depende de un flujo ya organizado (Stiegler, 2008).

No olvidemos que la adolescencia es un período crucial en el cual las estructuras cognitivas son moldeadas profundamente por las interacciones con las tecnologías digitales. Stiegler (2015) cita a Maryanne Wolf para destacar cómo la exposición prolongada a estas tecnologías afecta el cerebro de los adolescentes, llevándolos a desarrollar formas de atención que difieren de las generaciones anteriores.

A esta operatividad imponente de las nuevas tecnologías en la configuración identitaria de los adolescentes se le une un concepto nuevo que Stiegler introduce: el concepto de "psicopoder", usado para describir cómo el marketing y las industrias tecnológicas dominan la vida de los jóvenes, convirtiendo su tiempo y atención en mercancías. Esto se observa particularmente en el modo en el que los medios diseñan estrategias para capturar la atención juvenil, afectando su capacidad de concentración y desarrollo cognitivo (Stiegler, 2008). Stiegler señala que la economía contemporánea, impulsada por el consumismo, ha transformado la atención en un recurso explotado por el marketing y las interfaces digitales. En este contexto, los jóvenes, a menudo denominados nativos digitales, desarrollan competencias técnicas que no siempre se traducen en saberes profundos. Stiegler (2015) afirma que los 'nativos digitales' son muy buenos receptores de una ergonomía de interfaces hombre/máquina y de un marketing extremadamente inteligente, como el de Apple, pero en general no

obtienen de ello ningún conocimiento propiamente dicho.

Los procesos atencionales se canalizan a través de una industria cultural impregnada de lo digital. Esta industria libera al individuo de su propia temporalidad, entreteniéndolo por medio de un ocio que tiene como objetivo exclusivo desviar su atención para hacer que su tiempo individual esté disponible para las imposiciones del consumo, lo que implica despojarlo de su libre albedrío y reemplazarlo por un condicionamiento constante, sistemático y masivo. Este fenómeno sólo puede intensificarse con el control de los tiempos y espacios intersticiales de movilidad a través de los objetos comunicantes y las nanotecnologías (Stiegler, 2006).

Este servicio que ofrecen las industrias culturales, también se encarga de la educación de los niños, lo que conlleva a mostrar una intención de convertir a estos niños en una juventud desorientada, gregaria, impulsiva y, por ende, pulsional y menos culta pese a estar sobreinformada (Stiegler, 2006) La saturación cognitiva va de la mano de una saturación afectiva provoca un actitud de desinterés, debido, entre otras cuestiones, a la hipersolicitación condenándolos a una desindividuación social.

Esta desindividuación social que se apoya del abuso del Smartphone, deriva hacia la noción de proletarización. La proletarización implica la pérdida de conocimientos y habilidades debido a la dependencia de tecnologías externas. Stiegler (2016) señala que la exteriorización del habla en la escritura resulta en la pérdida de memoria: es una pérdida de competencia mnésica. Esto podría hacernos reír, hasta que llega el día en que nos damos cuenta de que, con nuestros teléfonos inteligentes, ya no podemos recordar ni siquiera nuestros propios números de teléfono.

Esta merma de competencias mnésicas es particularmente parti-

nente para los adolescentes, quienes dependen de sus dispositivos para recordar y gestionar información esencial. Según el estudio de Correa, Valenzuela, y Pavez (2022) hay variaciones importantes en las competencias digitales según el tipo de acceso que se tenga al mundo digital. Las personas que adoptaron un uso híbrido (móvil y computadora) en la segunda fase del estudio aumentaron sus habilidades de manera notable, mientras que aquellos que pasaron de un uso híbrido a solo móvil en la segunda fase experimentaron una disminución significativa en sus habilidades (Correa et al., 2022).

Desde un punto filosófico, podríamos decir que los trabajos de Stiegler ofrecen una lente crítica a través de la cual analizar el impacto de la tecnología en la identidad adolescente. El concepto de memoria terciaria de Stiegler y la desregulación biológica inducida por los imperativos tecnológicos proporcionan un marco para entender cómo las tecnologías digitales median las libertades individuales, el patrimonio cultural y la memoria histórica (Fiorio, 2016). La noción de retención terciaria constituye una reflexión profunda sobre la intrincada relación entre la mente, los artefactos externos y la temporalidad. Este concepto, enraizado en el trabajo pionero de Twardowski de 1912 (1999), desafía las teorías contemporáneas de la mente extendida al subrayar la distinción entre las actividades mentales y los productos psicofísicos perdurables. Twardowski rechaza la idea de que la mente se extienda hacia soportes materiales externos, resaltando una separación fundamental entre los procesos mentales y sus manifestaciones físicas. Esta separación establece las bases para una exploración más profunda de la interacción de la conciencia humana con el mundo circundante, especialmente en los contextos de memoria y cognición.

La retención terciaria se refiere a las formas de memoria artificial

que condicionan la percepción y la memoria individual, actuando como una extensión externa de la memoria biológica (Kinsley, 2014). Esta forma de retención es esencial para la transmisión intergeneracional del conocimiento y la experiencia humana, descrita por Stiegler como un proceso de epifilogénesis (McKim, 2017). Al ser una memoria artificial, la retención terciaria desempeña un papel crucial en la configuración de la relación entre la memoria individual y el entorno tecnológico, influyendo en la manera en que accedemos al pasado y anticipamos el futuro (Hui, 2012).

Además, la teoría de la inmadurez organizada inducida por la tecnología de Stiegler invita a reflexionar sobre cómo los dispositivos móviles pueden contribuir a la formación de identidades adolescentes dentro de una cultura de conectividad constante y gratificación instantánea (Alacovska et al., 2023). El pensador francés destaca cómo la tecnología digital actúa como una extensión de nuestra memoria, lo que él llama "mnémotechnologie" (Stiegler, 2014:66). Esta tecnología no solo extiende nuestra memoria, sino que también tiene el potencial de bloquear sus posibilidades, un fenómeno que Stiegler y otros pensadores como André Leroi-Gourhan (1964) describen como un proceso de externalización. Esta externalización de la memoria, aunque puede liberar potenciales creativos, también puede reconfigurar la memoria de maneras que pueden ser problemáticas si no se manejan adecuadamente.

Stiegler, en su incisiva crítica del impacto de la digitalización, nos confronta con una transformación que, en su esencia, es profundamente disruptiva. Hemos sido, y estamos siendo, testigos de una metamorfosis tecnológica, encarnada en dispositivos móviles y algoritmos, que no solo reconfigura las estructuras socioeconómicas, sino que penetra las dinámicas psíquicas de manera profunda, especialmente en la adolescencia y en la

juventud. Estos dispositivos actúan como tecnologías intelectuales que, más allá de su función comunicativa, se imbrican en la psique juvenil, modulando la percepción y la identidad en una existencia hiperconectada y mediada. Este proceso erosiona las competencias profundas y las facultades críticas, proponiendo una reflexión filosófica sobre la necesidad de equilibrar la innovación tecnológica con la preservación de la autonomía y la profundidad cognitiva, en un contexto donde la 'mnémotechnologie' puede tanto liberar como encadenar el potencial humano.

### CONCLUSIÓN

Después de analizar detenidamente los trabajos de Lipovetsky y Stiegler podemos extraer algunas conclusiones que nos ayuden a comprender mejor cómo estas tecnologías influyen y afectan en la construcción de la identidad de los adolescentes. Los smartphones, junto a otras tecnologías digitales, potencian una forma de hiperindividualismo (Lipovetsky, 1983) que viene acompañada de una cultura de la seducción efímera, siguiendo las narrativas que la esfera de lo digital impone. A esto se le suma que la interactividad constante permite a los adolescentes explorar y expresar múltiples facetas de su identidad a través de plataformas digitales, promoviendo una sensación de autonomía y pertenencia en un entorno mediado por pantallas, y debilitando los procesos de interconexión humanos. Eso no es óbice para anotar que, esta misma interactividad, genera una dependencia de la gratificación instantánea y una constante búsqueda de nuevas experiencias, reflejando una cultura consumista que valora lo nuevo y desechable. Lipovetsky argumenta que esta seducción tecnológica no solo redefine la identidad individual sino también las relaciones sociales, promoviendo una socialización más superficial y menos duradera.

Por su parte, hemos podido observar como Stiegler presenta una crítica más incisiva sobre el impacto de la digitalización en la psique adolescente, describiendo este fenómeno como una disrupción que afecta profundamente las estructuras psíquicas y cognitivas. Los smartphones actúan como extensiones de la mente, influyendo en la manera en que los adolescentes perciben e interactúan con el mundo. Este proceso de externalización de la memoria y la dependencia de tecnologías digitales resulta en una forma de proletarianización cognitiva, donde los adolescentes pierden competencias memorísticas al tiempo que debilitan sus habilidades críticas. La hiperconectividad fomenta una forma de atención superficial y una inmadurez organizada, limitando la capacidad de los jóvenes para desarrollar una atención profunda y autónoma. Stiegler alerta sobre los riesgos de una excesiva dependencia tecnológica que podría despojar a los adolescentes de su libre albedrío y su capacidad de reflexión crítica.

Es por esto que ambos autores destacan la importancia del papel de la educación, especialmente cuando se trata de adolescentes que están en plena configuración de su identidad.

A lo largo de este artículo hemos tratado de examinar las perspectivas filosóficas de Lipovetsky y Stiegler enfocadas al modo en el que los smartphones configuran la construcción identitaria en los adolescentes. Lipovetsky, a través de su análisis de la hipermodernidad y el hiperindividualismo, destaca cómo la conectividad perpetua y el consumismo exacerbado moldean la autopercepción juvenil dentro de una sociedad dominada por el mercado. Stiegler, por su parte, ofrece una crítica sobre cómo las tecnologías digitales reconfiguran las relaciones humanas, a la par que moldea la estructura psíquica, induciendo una dependencia perniciosa y una proletarianización cognitiva. Ambos pen-

sadores coinciden en que las tecnologías móviles, aunque brindan nuevas oportunidades para la autoexpresión, también promueven una especie de sumisión que puede erosionar el desarrollo cognitivo y emocional. La omnipresencia de estos dispositivos reconfigura las interacciones sociales y educativas, instaurando una cultura de seducción efímera y una atención fragmentada, subrayando la necesidad de equilibrar la innovación tecnológica con la preservación de la autonomía y la profundidad cognitiva.

## REFERENCIAS

- Agamben, G. (2014). *Qu'est-ce qu'un dispositif ?* Rivages poche.
- Alacovska, A., Booth, P., & Fieseler, C. (2023). A pharmacological perspective on technology-induced organised immaturity: the care-giving role of the arts. *Business Ethics Quarterly*, 33(3), pp. 565-595. <https://doi.org/10.1017/beq.2022.39>
- Buckingham, D. (2008). *Youth, Identity, and Digital Media*. MIT Press.
- Correa, T., Valenzuela, S., & Pavez, I. (2022). For better and for worse: A panel survey of how mobile-only and hybrid Internet use affects digital skills over time. *New Media & Society*, 1-23. <https://doi.org/10.1177/14614448211059114>
- Davis, K. (2012). Friendship 2.0: adolescents' experiences of belonging and self-disclosure online. *Journal of Adolescence*, 35(6), pp.1527-1536. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2012.02.013>
- Drucker, C., & Martsof, D. (2010). The role of electronic communication technology in adolescent dating violence. *Journal of Child and Adolescent Psychiatric Nursing*, 23(3), pp.133-142. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6171.2010.00235.x>
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and Crisis*. Norton.
- Feijoo, B., Gómez, E., & Segarra-Saavedra, J. (2024). Exposición de menores a la publicidad móvil. *CAVCAA*, 11, pp.129-142. <https://doi.org/10.62269/cavcaa.15>
- Fiorio, G. (2016). The ontology of vision. the invisible, consciousness of living matter. *Frontiers in Psychology*, 7,89. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00089>
- George, M., & Odgers, C. (2015). Seven fears and the science of how mobile technologies may be influencing adolescents in the digital age. *Perspectives on Psychological Science*, 10(6), pp.832-851. <https://doi.org/10.1177/1745691615596788>
- Hui, Y. (2012). What is a digital object?. *Metaphilosophy*, 43(4), pp. 380-395. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9973.2012.01761.x>
- Ito, M., Baumer, S., Bittanti, M., Boyd, D., Cody, R., Herr-Stephenson, B., et al. (2009). *Hanging out, messing around, and geeking out: Kids living and learning with new media*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Kinsley, S. (2014). Memory programmes: the industrial retention of collective life. *Cultural Geographies*, 22(1), pp. 155-175. <https://doi.org/10.1177/1474474014555658>
- Leroi-Gourhan, A. (1964). *Le geste et la parole, tome I: Technique et langage*. Albin Michel.
- Lipovetsky, G. (1983). *La era del vacío*. Anagrama.
- Lipovetsky, G. (1997). *La troisième femme Permanence et révolution du féminin*. Gallimard.
- Lipovetsky, G. (2004). *Les temps hypermodernes*. Grasset.
- Lipovetsky, G. (2023). *Gustar y emocionar*. Anagrama.
- Lipovetsky, G., & Serroy, J. (2007). *L'Écran global : culture-médias et cinéma à l'âge hypermoderne*. Éditions du Seuil.
- Lipovetsky, G., & Serroy, J. (2015).

La estetización del mundo. Anagrama.

Lipovetsky, G., & Serroy, J. (2023).  
La novel âge du kitsch. Gallimard.

McKim, J. (2017). Speculative animation: digital projections of urban past and future. *Animation*, 12(3), pp. 287-305. <https://doi.org/10.1177/1746847717729581>

Stiegler, B. (2006). *Réenchanter le monde*. Flammarion.

Stiegler, B. (2008). *Prendre soin: De la jeunesse et des générations*. Flammarion.

Stiegler, B. (2014). Le numérique empêche-t-il de penser? *Esprit*, 401, pp. 66-78.

Stiegler, B. (2015). Demain, le temps des automates et le temps de la désautomatisation. *Intellectica*, 63(1), pp.151-160. <https://doi.org/10.3406/intel.2015.1028>

Stiegler, B. (2016). The Digital, Education, and Cosmopolitanism. *Representations*, 134, pp.157-164. <https://doi.org/10.1525/rep.2016.134.6.157>

Twardowski, K. (1999). Actions and products. En J. Brandl & J. Woleński (Eds.), *Kazimierz Twardowski on Actions, Products and Other Topics in Philosophy* (A. Szylewicz, Trans.) pp. 103-132) Amsterdam: Rodopi. (Publicada originalmente en 1912).