



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

**INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES SOBRE LA  
CONFIGURACIÓN DE PRÁCTICAS CORPORALES**

Tesis para obtener el grado en

**Licenciada en Filosofía**

Presenta:

**Ximena Yáñez Zertuche**

Tutor:

**Dr. Salvador Gallardo Cabrera**



Ciudad Universitaria, Ciudad de México,

Noviembre 2017



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A Salvador Gallardo por su paciencia y dedicación

A Miguel por todo su apoyo

A la Universidad, siempre.

## Índice

<b>Introducción.....</b>	<b>6</b>
--------------------------	----------

### **Capítulo I. De la reproductibilidad a la hiperreproductibilidad de la imagen y el último vehículo**

1. La reproductibilidad en Walter Benjamin .....	13
1.1 La obra de arte aurática y la obra de arte profana .....	14
2. La imagen fílmica .....	17
2.1 El autor como productor .....	19
3. La imagen digital .....	20
3.1 La creación colectiva.....	20
3.2 Características de la imagen digital .....	22
3.3 Del mensaje para la sociedad de masas al mensaje individual .....	23
3.3.1 La hiperindustria cultural .....	25
4. La imagen como el último vehículo .....	27
4.1 La velocidad absoluta .....	28
4.2 La telepresencia.....	29
4.2.1 El tiempo mundial .....	30
4.2.2 La distorsión del tiempo y el espacio .....	31
5. Memoria .....	34
5.1 Memoria y redes sociales.....	34

### **Capítulo II. La sociedad del espectáculo y la sociedad de la pantalla**

1. Guy Debord y la sociedad del espectáculo .....	39
1.1 ¿Qué es el espectáculo?.....	39
1.2 El tiempo espectacular .....	43
2. Del mundo real al ciber mundo.....	44
2.1 El ágora virtual .....	44
2.2 La amistad.....	45
2.3 La substitución del mundo real por el ciber mundo .....	46

2.3.1 El cuerpo virtual .....	47
3. La <i>selfie</i> .....	49
3.1 La <i>selfie</i> y el cuerpo .....	52
3.2 La sociedad de la exhibición .....	54
4. La sociedad de la pantalla .....	58
4.1 La pantalla y el voyerismo.....	58
4.2 La supremacía de la pantalla y de la fotografía.....	60
4.3 “Conócete a ti mismo” por “exhíbete a ti mismo”.....	62
5. La revolución virtual.....	64
5.1 La espectacularización de la revolución.....	64
5.1.2 La violencia.....	70
5.2 “La revolución será tuiteada” .....	71

### **Capítulo III. De las sociedades disciplinarias a las sociedades de control y el hombre como algoritmo**

1. De las sociedades disciplinarias a las sociedades de control .....	76
1.1. Las sociedades disciplinarias.....	76
1.1.2. El disciplinamiento de los cuerpos .....	78
1.1.3. El poder y el dispositivo .....	80
1.2. Las sociedades de control.....	82
1.3. El Panóptico .....	84
1.4. La velocidad absoluta .....	85
2. ¿Qué sabe Facebook de ti? .....	86
2.1. Toda tu vida está en la red.....	86
2.2. El sujeto disponible y visible.....	87
2.3. Qué pasa con tu información .....	88
3. El usuario como mercancía .....	90
3.1. La publicidad.....	91
4. La poscensura y la sociedad de la mutua vigilancia.....	96
4.1. La poscensura y lo políticamente correcto.....	99
5. La felicidad como un algoritmo .....	102

5.1. El hombre como algoritmo .....	106
6. ¿Se puede escapar del control?.....	106
<b>Conclusión</b> .....	<b>110</b>
<b>Bibliografía</b> .....	<b>116</b>

## Introducción

Cuanto más integramos la tecnología a nuestras vidas, menos nos detenemos a pensar en sus consecuencias. No olvidamos salir de nuestra casa sin el celular, frecuentemente estamos en contacto con nuestros amigos y conocidos, y se vuelve parte de lo cotidiano compartir lo que hacemos en las redes sociales. Compartimos nuestra ubicación, fotos, lo que nos gusta, información sobre nuestro estado civil o sobre nuestra postura política, entre otras cosas. Pareciera como si esto pudiera acercarnos más a nuestras amistades y familiares o ampliar nuestros medios de comunicación, sin embargo no nos cuestionamos quién puede tener acceso a esta información y con qué fines puede ser usada. Los objetivos centrales de este trabajo serán examinar qué sucede con la información que compartimos en las redes sociales, de qué manera nuestro uso de éstas está afectando la manera en la que nos relacionamos con los demás, la forma en la que actuamos, en la que nos percibimos a nosotros mismos y las prácticas corporales. Esta investigación es relevante porque a pesar de que actualmente las redes sociales son uno de nuestros principales medios para comunicarnos, expresarnos, informarnos y estar en contacto con los otros, muchas veces no las cuestionamos y no se ha escrito mucho al respecto, al menos no desde la filosofía. Si en ellas compartimos gran parte de lo que somos y nos gusta estar todo el tiempo conectados, no hay que suponer que sólo son útiles y que sirven para entretener, sino que también hay que explorar el alcance que pueden tener y sus implicaciones en nuestra cotidianeidad. También cómo es que afectan nuestra

relación con los otros, con nosotros mismos y por qué se han vuelto tan importantes en nuestra vida.

Como noción preliminar, por *prácticas corporales* entiendo el proceso por el que se constituyen los sujetos de acuerdo a acciones reiterativas ejecutadas sobre sí mismos y sobre los otros. Estas acciones se producen por medio de la organización y regularización de los cuerpos para alcanzar un fin, la interacción con los otros, el discurso, nuestra manera de desenvolvernos y el hacer cotidiano. También con esto entiendo los procesos de construcción de identidades y subjetividades. Mientras que por *redes sociales* entiendo páginas web en las que los usuarios pueden construir un perfil dentro de los límites del sitio, conectarse con otros usuarios generalmente afines a uno, ver lo que hacen e intercambiar información. Sobre todo me enfocaré en tres redes sociales: Facebook, Instagram y Twitter.

Uno de los principales obstáculos de mi tesis es intentar aprehender algo que constantemente está cambiando. Al ser un tema tan amplio y que se sigue explorando, es difícil señalar límites o generar normas a partir de las redes sociales. Se puede escribir mucho sobre ellas y el papel que tienen en nuestra sociedad, sin embargo continuamente se están actualizando, se les agregan más funciones o surgen nuevas redes sociales; por lo que lo escrito sobre ellas hace un tiempo podría ya no explicar lo que sucede en ese momento. Hoy en día las redes sociales pueden ser una de nuestras principales fuentes de comunicación, pero en algunos años podrían surgir nuevas tecnologías que hagan que ya no las necesitemos, por lo que este análisis podría resultar obsoleto.



En el primer capítulo analizaré la reproductibilidad según Walter Benjamin: cómo es que la imagen comienza a reproducirse, el paso de la obra aurática a la obra profana y la imagen fotográfica. Después de la imagen fotográfica surge un nuevo tipo de imagen que ya no muestra un eterno presente detenido: la imagen fílmica. Finalmente, surge la imagen digital que está en constante cambio, permite la creación colectiva y a diferencia de la imagen fílmica que se dirigía a masas, ésta se dirige a individuos. Así, según Paul Virilio, la imagen será el vehículo más eficiente porque no se detiene, sino que llega en el momento. La imagen terminará por distorsionar las distancias al hacer que todo parezca estar más cerca de lo que en realidad está. También porque a través de la telepresencia se puede ver en el momento en que sucede. Todo parece transcurrir al mismo tiempo, por lo que los límites entre pasado, presente y futuro se sustituyen por la apariencia de un presente eternizado. Con la pérdida del relato del trayecto hay una omnipotencia de la imagen en tiempo real, la imagen está presente siempre y en todos lados, quedando disponible para ser consultada posteriormente. La información ya no necesita retenerse porque puede ser consultada cuando se necesite. En lugares como las redes sociales la memoria colectiva se irá archivando digitalmente. Las personas podrán compartir información sobre su vida cotidiana o incluso pretender ser lo que quieran, exhibirse o inventarse una nueva identidad.

Aunque el tema central de este capítulo no son las redes sociales, es relevante porque ayuda a explicar por qué vivimos en un mundo en el que predominan las imágenes y en qué se diferencia la imagen digital de la fotográfica y la fílmica. También cómo es que la velocidad distorsiona nuestra percepción de las distancias y en qué aspectos nos afecta que todo parezca acercarse. El papel de

la velocidad y la sociedad “en directo” serán fundamentales para entender temas posteriores como la manera en la que se transmite la información en las redes sociales y el impacto que ésta puede tener.

En el segundo capítulo, partiendo del texto de *La sociedad del espectáculo* de Guy Debord, analizaré cómo en las redes sociales también encontramos una manifestación de la sociedad del espectáculo. En las redes sociales se pretende vivir como si los momentos fueran más interesantes de lo que en verdad fueron o como si todo fuera digno de ser retratado. Por medio de la *selfie* la persona se presenta como le gustaría que los otros la vieran y moldea su apariencia. Asimismo busca exhibirse para recibir aprobación de los demás y para afirmarse. De acuerdo al número de seguidores que tenga y la cantidad de *likes* que reciba podrá medir el agrado de los otros. En la sociedad de la exhibición todo debe de exponerse y documentarse. En esta sociedad nos exhibimos para perpetuarnos, pero también para no caer en el anonimato. Ahora lo que nos preocupa no es que los otros puedan ver nuestra intimidad, sino pasar desapercibidos. En las redes sociales cualquiera puede convertirse en una celebridad y vivir como si su vida fuera un *reality show*. Pareciera como si la única forma de estar en el mundo fuera estando en las redes sociales porque lo que no se comparte es como si no hubiera sucedido, también porque se vuelven un medio imprescindible para saber las últimas noticias y estar en contacto con los otros. Además, las redes sociales les ofrecen a los usuarios la posibilidad de cambiar su personalidad, mostrar sólo lo que les gustaría que los otros vieran o inventarse una nueva identidad. Cuando el espectáculo comienza a invadir todo hasta volverse lo más común, el mundo se

invierte porque lo que antes considerábamos como real queda remplazado por lo espectacular. Las pantallas se multiplican y veneramos las pantallas y las imágenes. Hemos convertido la vida en imágenes cuyo interés radica en ser objetos de exhibición, lo cotidiano se ha transformado en fotografías y en souvenir.

El espectáculo prefiere la contemplación a la acción. Ahora, desde la comodidad de su casa y sin necesidad de salir a la calle y exponer su cuerpo, el usuario puede compartir información y firmar protestas, como si ahora la manera más efectiva de generar un cambio fuera accediendo a Change.org. La finalidad política que ofrecían las redes sociales también se banaliza cuando las personas comienzan a utilizarlas para organizar eventos absurdos. La revolución ya no sólo se mediatiza, sino que se vuelve un espectáculo y la protesta se convierte en publicidad. Aunque, por otra parte, las redes sociales sí pueden ser un medio eficiente para difundir información, organizar a las personas y mostrarle al resto del mundo lo que está pasando. Tal como sucedió en Irán en el 2004 después de las elecciones presidenciales, ya que muchos sitios de internet fueron bloqueados y se quitaron los sistemas telefónicos, por lo que las personas comenzaron comunicarse por Twitter. A esta revolución se le llamó: la Revolución de Twitter. Lo que muestra que las redes sociales pueden ser útiles y efectivas, sin embargo no consideramos su contraparte que es que todo lo que compartimos también puede ser utilizado en nuestra contra. Algunas preguntas que responderé con este capítulo son: ¿todavía se puede hablar de una sociedad del espectáculo?, ¿por qué nos exhibimos?, ¿por qué se prefiere perder la privacidad a caer en el anonimato?, ¿por qué la *selfie* es una de las manifestaciones autobiográficas más

importantes de nuestros tiempos?, ¿qué dicen las *selfies* de nosotros?, ¿por qué desde el ámbito virtual se cree que se genera un cambio?

Finalmente, las preguntas centrales del tercer capítulo son: ¿qué son las sociedades de control?, ¿desde las redes sociales se puede hablar de una sociedad de control?, ¿se puede hablar de un nuevo tipo de censura desde las redes sociales?, ¿qué pasa con la información que compartimos?, ¿cómo se benefician sitios como Facebook de la información de sus usuarios?, ¿se puede hablar del ser humano como un algoritmo?, ¿cómo es que el cuerpo físico se desplaza a la virtualidad? Desde el texto de *Post-Scriptum sobre las sociedades de control* de Gilles Deleuze, examinaré la sociedad de control en las redes sociales. Después de que las sociedades disciplinarias planteadas por Michel Foucault, en donde se disciplinaban los cuerpos y se iba pasando de una institución a otra, entran en crisis, se instauran nuevos mecanismos de dominación que Deleuze llama sociedades de control. Una de las características de estas sociedades es que no funcionan mediante el encierro, sino por medio de un control continuo y una comunicación instantánea. En las redes sociales los individuos están constantemente conectados y compartiendo sus fotos, su ubicación, lo que les gusta o lo que hicieron ese día, muchas veces sin percatarse de quién puede tener acceso a esa información además de sus amigos. La información que vamos dejando en las redes sociales es una constancia de lo que somos parcialmente, pero lo suficiente para convertirnos en sujetos predecibles y controlables. Redes sociales como Facebook utilizan toda la información que los usuarios proporcionan para saber lo que les gusta, analizar su personalidad y con

base en eso saber qué venderles o a quién le beneficiaría esa información. El control también se ejerce a través de la mutua vigilancia. Hoy en día ya no se requiere del edificio del Panóptico para vigilar, sino que éste permanece incorpóreo y amplía su alcance. En las redes sociales se puede ver a las otras personas sin ser visto, pero a la vez, ellas pueden verte sin que lo sepas. La vigilancia está en todas partes y afecta a todos por igual, incluso a los que vigilan. En las redes sociales se encuentra un nuevo tipo de censura, la poscensura, en la que para denunciar y humillar a un individuo ya no se requiere de un gobierno o de leyes que castiguen, sino que entre los mismos usuarios se encargan de lincharlo virtualmente. En las sociedades disciplinarias la gente era una marca o un número, en las de control es una cifra. Virtualmente el sujeto se expresa a través de contraseñas, datos y como un algoritmo. Se piensa en el comportamiento del hombre como algo predecible y controlable, cuyo nivel de satisfacción en la vida y su felicidad se pueden expresar usando números y que todo se puede enunciar en un algoritmo. Ante todo esto, ¿se puede escapar del control?

## **Capítulo I. De la reproductibilidad a la hiperreproductibilidad de la imagen y el último vehículo**

El tema central de este capítulo es la imagen. Comenzaré por analizar la reproductibilidad y la imagen fotográfica en Walter Benjamin, hasta pasar a la imagen fílmica y sus características. Finalmente a la imagen actual, que es la imagen digital. Desde Paul Virilio examinaré cómo este nuevo vehículo, el audiovisual, reduce las distancias y distorsiona nuestra percepción. Esto se puede observar con más claridad en la telepresencia, donde la imagen se puede ver en tiempo real. La imagen y la información estarán disponibles todo el tiempo y podrán ser consultados cuando se requiera, por ejemplo en sitios como las redes sociales.

### **1. La reproductibilidad en Walter Benjamin**

El mundo se compone de una yuxtaposición de imágenes. La imagen se encuentra en todas partes y vivimos en ella; la imagen se ha vuelto omnipotente. La imagen se volvió reproducible cuando por medio de la técnica el producto de un hombre pudo ser imitado por otro, por ejemplo usando el grabado. Posteriormente, la litografía aceleró la velocidad de reproducción, lo que también permitió que los productos fueran llevados al mercado en escala masiva y que las creaciones pudieran renovarse cada día. Con la fotografía este proceso se hizo más rápido y se perfeccionó. Eventualmente la fotografía se volvió accesible a la mayoría de las personas, lo que facilitó que pudiera ser practicada por muchos individuos y que pudiera llegar a una audiencia más amplia. Como distinción previa, utilizaré el concepto de imagen de manera muy general, para referirme a la representación

mental de una persona o una cosa y también como una representación visual, sobre todo a través de la fotografía.

Una cuestión que se desprende de lo anterior es que si una imagen puede duplicarse una y otra vez a la perfección, ¿se puede hablar de una copia y de una original?, ¿o ya han desaparecido las fronteras entre ambas? Walter Benjamin reconoce que si “de la placa fotográfica es posible hacer un sinnúmero de impresiones; no tiene sentido preguntar cuál de ellas es la impresión auténtica”.<sup>1</sup> Entonces, más que preguntarse por la autenticidad de la imagen, habría que preguntarse por su fundamentación.

### **1.1 La obra de arte aurática y la obra de arte profana**

Benjamin menciona que es posible exponer la historia del arte como una disputa entre dos polaridades que son el valor ritual y el valor de exhibición. El valor ritual se encuentra en las obras de arte más antiguas porque inicialmente estaban al servicio de un ritual mágico y después religioso: “La producción artística comienza con imágenes que están al servicio de la magia. Lo importante de estas imágenes está en el hecho de que existan, y no en que sean vistas”.<sup>2</sup> Por ejemplo, ciertas esculturas de los dioses que sólo eran accesibles para los sacerdotes. La relación con la cosa también es distinta porque no aparece como un objeto de contemplación, sino como un objeto que habla, es decir, un lugar en el que se manifiesta la divinidad o por medio del cual se realiza una práctica religiosa: un

---

<sup>1</sup> Benjamin, Walter, La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica [traducción de Andrés E. Weikert], Itaca, México, 2003, p. 51.

<sup>2</sup> *Ibíd.*, pp. 52-53.

objeto único, insustituible y digno de veneración. Este tipo de obra forma parte de un acontecimiento mágico y sobrenatural.

Posteriormente, las nuevas técnicas permitieron que los objetos no tuvieran que permanecer en un lugar, sino que pudieran desplazarse y ser expuestos. Por ejemplo, mientras que la pintura de un animal en una cueva tiene un lugar fijo, una pintura sí puede ser cambiada de lugar y tener un valor de exhibición: “Con la emancipación que saca a los diferentes procedimientos del arte fuera del seno del ritual, aumentan para sus productos las oportunidades de ser exhibidos”.<sup>3</sup> Esto permitió un nuevo ordenamiento, otra forma de relacionarse con la cosa, en donde ahora es el sujeto el que observa al objeto y emite un juicio. El objeto puede ser considerado artístico o bello.

Con la obra de arte aurática, Benjamin se refiere a aquella que nos conecta inmediatamente con su tiempo y que tiene una existencia única:

El aura de una obra humana consiste en el carácter irrepetible y perenne de su unicidad o singularidad, carácter que proviene del hecho de que lo valioso en ella reside en que fue en el lugar en el que, en un momento único aconteció una epifanía o una revelación de lo sobrenatural que perdurará metonímicamente en ella y a la que es posible acercarse mediante un ritual determinado. Por esta razón la obra de arte aurática, en la que prevalece el “valor para el culto”, sólo puede ser una obra auténtica; no admite copia alguna de sí misma. Toda reproducción de ella es una profanación.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> *Ibíd.*, p. 53.

<sup>4</sup> Echeverría, Bolívar, “Introducción” en *Ibíd.*, p. 16.



En la obra de arte aurática se encuentran su aquí y ahora, el momento místico de la cosa y de su historia: el artista que la hizo, las personas que estuvieron en contacto con ella, su desgaste a través del tiempo, la tradición que ha recorrido hasta llegar al día de hoy, entre otras cosas. Produce un efecto de extrañamiento, como si fuera un objeto sobrenatural, porque te aleja del lugar en el que te encuentras, te resulta extraordinaria e inalcanzable. Además de observarse en ella su materialidad, se observa su contexto.

Toda reproducción de una obra de arte es una profanación porque es ahistórica, es decir, no se inscribe en un sitio particular o como un objeto único, sino que aparece su multiplicidad potencial.<sup>5</sup> La reproducción no tiene un territorio o un lugar único, es repetible, puede ser multiplicada innumerables veces y es reactualizable.

La reproducción técnica de la obra acelera el desgaste del aura porque la obra ya no se sitúa en un momento único o en una tradición. De ser irrepetible, pasa a ser masiva. Pero la reproducción masiva también ofrecerá nuevas posibilidades: “El actor pierde su aura, el aquí y ahora irrepetible de su actuación, produciéndose irremediamente una pérdida de la espontaneidad de la obra pero, a la vez, ésta gana en sus posibilidades de ser exhibida, reproducida, ante públicos cada vez más masivos”.<sup>6</sup> La reproducción técnica facilita que se realicen cambios que no se podían hacer antes como resaltar o ampliar una parte específica de una imagen,

---

<sup>5</sup> Groys, Boris, *Antología* [traducción de Saúl Villa], COCOM Press, México, 2013, p. 43.

<sup>6</sup> Di Filippo, Marilé “Walter Benjamin y Jacques Rancière: arte y política. Una lectura en clave epistemológica” en *Revista de Epistemología y Ciencias Humanas*, p. 261. En <http://www.revistaepistemologi.com.ar/biblioteca/17.%20Walter%20Benjamin%20y%20Jacques%20Ranciere%20arte%20y%20politica.%20Una%20lectura%20en%20clave%20epistemologica.pdf> . [Consulta: 19 de mayo de 2016].

también que llegue a más personas. Ahora el consumidor prefiere la obra inmediata; aquella que no requiere que el espectador se desplace para poder observarla, sino que llega directamente a él; la copia frente el original. Por ejemplo con internet ahora se pueden ver obras artísticas de diversas partes del mundo o que sólo se encuentran en colecciones privadas. La única forma de conocer la obra de arte ya no es yendo a un museo, sino que puedes consultarla en línea en cualquier momento y hasta ponerla de foto de perfil en Facebook. Entonces se da la pérdida de algo nuevo, el testimonio de la obra; la obra como algo tangible con lo que se tuvo contacto. Pareciera como si ahora el consumidor prefiriera la copia en vez del original porque en lugar de ir a un museo o a un templo para conocer una obra, mejor la observa desde su celular cuantas veces quieras.

Con la obra de arte profana Benjamin se refiere a aquella en la que predomina su valor para la exhibición. A diferencia de la obra de arte aurática esta obra no se fundamenta en el ritual, no tiene detalles que la hacen única, es más accesible y puede ser vista por un gran número de personas.

## **2. La imagen fílmica**

La imagen fílmica mostró un nuevo régimen de significación. Con la fotografía la imagen se situaba para siempre en un tiempo preciso. Se capturaba un momento único que permanecía inmóvil, inalterable y que se resguardaba del pasar del tiempo. Mientras que la imagen fílmica mostró una nueva manera de ver un tiempo que ya no parecía eterno o detenido. Ante la imagen fílmica el sujeto ya no se para a reflexionar sobre una imagen material que permanece estática, sino que se sitúa ante una que ya no se incrusta en la materia y que se desplaza: “[...] las imágenes

dejarán de oficiar como eficaces *memorias de consignación*: lejos de retener en lo inmóvil el *acontecimiento* que registran, ellas se hacen eficientes aliadas de su volatilidad, testigos de su pasaje”.<sup>7</sup> Estas imágenes no se pueden aprehender, no se les devuelve la mirada y no se les puede volver a ver una y otra vez. Con ellas lo que se puede ver cabe en una pequeña superficie infradelgada.

La proyección en la pantalla le permitió al espectador inmiscuirse en la realidad al mostrar detalles que permanecían ocultos, entornos que no se podían advertir y un conocimiento de aspectos inaccesibles para otros medios. Asimismo mostró lo lejano como si fuera familiar y amplió el espacio y el movimiento al mostrar otras dimensiones y lugares que no se veían. Esta nueva perspectiva ofreció una visión sobrehumana porque ahora el espectador podía estar en varias partes a la vez.

Con el surgimiento de la imagen fílmica, más que reflejar al sujeto burgués se reflejó a un nuevo tipo de sujeto. Ésta le permitió a las masas mirarse en su totalidad al verse por primera vez reflejadas como masa. Les proporcionó conocimiento sobre su condición porque las mostró como una clase trabajadora y en sus labores cotidianas. Así, el cine fungió como un lugar de representación tanto del individuo como de su comunidad.

El cine permitió que la masa se examinase al ver frente a ella a personas y situaciones que no le resultaban ajenas, sino que compartían su misma realidad. Aunque esta actitud examinante no siempre incluye un estado de atención porque

---

<sup>7</sup> Brea, José Luis, Las tres eras de la imagen. Imagen-materia, film, e-imagen, Akal, España, 2010, p. 41.

a diferencia de lo que ocurre con la pintura (u otras artes más propicias a la contemplación), el cine ofrece imágenes fugaces, cambiantes y continuas las cuales no invitan al detenimiento contemplativo, sino que provocan constantes choques táctiles que interrumpen permanentemente con nuevas escenas las asociaciones que se intentan.<sup>8</sup>

El público puede tener una experiencia empobrecida porque observa de manera distraída y sin un proceso de reflexión. Por eso el cine puede convertirse simplemente en un lugar de entretenimiento y alienación, otro lugar al que sólo se va a consumir.

## **2.1 El autor como productor**

Benjamin considera que el cine puede tener una función revolucionaria porque posibilita una nueva percepción de las cosas y que los objetos puedan llegar a ser algo más. El cine es una crítica al sistema de aparatos porque cuestiona las ideas consagradas y las concepciones tradicionales, lo que permitirá un desplazamiento de valores. El cine no persigue valores eternos sino que constantemente se está mejorando. Para Benjamin, el autor debe de tener un compromiso político. El papel del autor dentro de la lucha de clases se inscribe en el proceso de producción. El creador no debe de limitarse a entregarle a las masas más contenido de consumo o de información, sino que debe de buscar renovar el mundo y transformarlo: “Lo que debemos de exigir del fotógrafo es la posibilidad de dar a su placa una leyenda capaz de sustraerla del consumo de moda y

---

<sup>8</sup> Di Filippo, Marilé, *op. cit.*, p. 264.

conferirle un valor de uso revolucionario”.<sup>9</sup> Con su obra interviene activamente, critica mediante el uso de la técnica, impacta y llama a la lucha. El autor pretende construir valores sociales, emancipar al hombre y llamar a la multitud para colaborar en el proceso de construcción cultural. Además de enseñar a las masas, el productor también tiene un compromiso con los otros productores, como modelo y guía hacia la creación y el mejoramiento del aparato de producción. Lo que este aparato buscará es transformar a los consumidores en colaboradores y que los productores se solidaricen.

A diferencia de lo que esperaba este filósofo, la obra más que tener un fin revolucionario se convirtió en un producto más de consumo: “La masificación y accesibilidad de imágenes hace que la apropiación parezca <<natural>>, tan natural y tan extendida que queda desprovista de radicalidad crítica y de espíritu de transgresión”.<sup>10</sup> Las imágenes y las obras están al alcance de todos. Son un producto tan común y tan difundido que ya han perdido su fuerza. En el capítulo dos analizaré con mayor profundidad como incluso lo que parece revolucionario puede transformarse en un espectáculo.

### **3. La imagen digital**

#### **3.1 La creación colectiva**

Con la nueva imagen, la imagen digital, la multitud sí colabora en el proceso de crear y construir imágenes. No es que antes no se pudiera hacer esto, sino que hoy en día las tecnologías para poder hacerlo se han ampliado y están al alcance

---

<sup>9</sup> Benjamin, Walter, El autor como productor [traducción y presentación de Bolívar Echeverría], Itaca, México, 2004, p. 42.

<sup>10</sup> Fontcuberta, Joan, La furia de las imágenes. Notas sobre la postfotografía, Galaxia Gutenberg, España, 2016, p. 58.

de casi todos. Ahora cualquier persona con un aparato digital como un celular o una computadora puede apropiarse de una imagen o producir. Las tecnologías digitales permiten que la fotografía sea tratada y alterada, haciendo que no permanezca sólo como una huella o registro de un acontecimiento natural, sino que la fotografía se convierta en un ensayo de la realidad bajo el prisma del fotógrafo.<sup>11</sup>

Esta imagen interactiva y dinámica deja de ser pasiva porque el espectador no se dedica meramente a contemplarla, sino que puede participar en ella al difundirla, comentarla, alterarla o transformarla. Así, ya no se habla de una relación en donde se es autor o se es espectador, sino que el espectador también puede ser autor y viceversa:

La relación tradicional entre productores y espectadores tal como lo establece la cultura de masas del siglo XX, se ha invertido. Mientras que antes sólo unos cuantos elegidos producían imágenes y textos para millones de lectores y espectadores, hoy millones de productores producen textos e imágenes para un espectador que tiene poco o ningún tiempo para leerlos o verlos.<sup>12</sup>

Estas imágenes también permiten la creación colectiva. Cualquier persona que tenga acceso a ellas puede intervenir, por ejemplo al tomar una imagen ya existente y cambiar su significado o al crear algo nuevo con ella. La obra permanece como algo inacabado, sometido a un continuo proceso de creación.

---

<sup>11</sup>Ver. Blanco Arroyo, María Antonia, "Evolución Y Procesos De La Imagen Hacia Lo Fotográfico" en Crespo Fajardo, José Luis (coord.), Bellas artes y sociedad digital, Sociedad Latina de Comunicación Social, España, 2012, (Cuadernos de Bellas Artes), p. 110.

<sup>12</sup> Groys, Boris, *op. cit.*, p. 120.

### 3.2 Características de la imagen digital

La imagen digital se caracteriza por su autonomía, ya que no necesita una entidad física; es un flujo constante de información que se transmite sin la necesidad de un cuerpo. También porque no siempre requiere de un referente, es decir, de un observador, una cámara, ni de la misma realidad para poder existir:

Lo que han hecho los modernos medios de reproducción ha sido destruir la autoridad del arte y sacarlo –o mejor, sacar las imágenes que reproducen- de cualquier coto. Por vez primera en la historia, las imágenes artísticas son efímeras, ubicuas, carentes de corporeidad, accesibles, sin valor, libres. Nos rodean del mismo modo que nos rodea el lenguaje. Han entrado en la corriente principal de la vida sobre la que no tienen ningún poder por sí mismas.<sup>13</sup>

Las imágenes ya no son ni únicas ni privilegiadas; ahora están en todos lados. Están deslocalizadas al trasladarse constantemente y no ubicarse en un lugar en específico. Al estar en permanente desplazamiento permiten una comunicación constante, un intercambio y tienen una capacidad máxima de difusión.

Con estas imágenes no existe un tiempo diferido en lo que se reproducen y se difunden. Su duplicación es perfecta porque cada copia es igual a la anterior y sin necesidad de muchos recursos o de dinero. Permiten su reproducción masiva y sin control y conducen a una sobreproducción.

La obra ya no imita a otra, ahora es hiperreproducida, entendiendo esto como que potencialmente puede reproducirse de manera infinita en un tiempo mínimo y con la característica de que a diferencia de otras técnicas de reproducción en

---

<sup>13</sup> Berger, John *et al.* , Modos de Ver [traducción de Justo G. Beramendi], 3ª edición, Gustavo Gili, España, 1980, p. 41.

donde muchas veces lo reproducido no se asemeja a la imagen original o conforme se realizaban más copias se iban deteriorando, ahora la copia es indiscernible de la original y con cada nueva reproducción la imagen no se va desgastando.

Estas imágenes no son fijas porque pueden cambiar indefinidamente y existir en varias versiones; pueden cambiar de contexto, de formato, circular de un dispositivo a otro y de una página a otra. Pueden presentarse sobreexpuestas o de manera simultánea al mostrarse muchas a la vez, también amontonarse y acumularse.

Su ser es espectral porque una vez que aparecen, abandonan rápidamente el lugar en el que se encuentran. Estas imágenes apenas temporales no permanecen, sino que llegan e inmediatamente se van. Comparten una memoria volátil y luego desaparecen. Pero de las diferencias entre la imagen fílmica y la digital, sólo me voy a enfocar en que antes la imagen se dirigía a las masas, mientras que ahora a individuos.

### **3.3 Del mensaje para la sociedad de masas al mensaje individual**

Los viejos medios de comunicación, los de la sociedad de masas, buscaban transmitir un mensaje único a la mayor cantidad de personas:

Los medios de comunicación de masa son unilaterales (sólo un medio de emisión de mensajes frente a millones de telespectadores anónimos y pasivos), y articulan un público que se convierte en rehén del medio, una conciencia cautiva, a partir de la inducción en el espectador de



cierta forma de agrado (el remedio miserable del placer) con fórmulas estándar, probadas, en la producción de obras para las masas<sup>14</sup>.

Por medio de la producción de miles de objetos iguales, se buscaba que todos disfrutaran de los mismos bienes y compartieran las mismas creencias.

Mientras que con los nuevos medios ya no hay una información o un mensaje exclusivo que se dirige a todo el público, sino que ahora pretenden llegar a cada persona por separado:

En una mirada comparativa y de conjunto, podemos constatar que en aquellos medios que conoció Adorno –prensa, radio, cine- se impuso el modelo *broadcast* de un emisor único que transmitía sus mensajes de manera masiva y, relativamente, uniforme. El contraste se hace evidente al constatar que tanto la televisión como la red Internet proponen más bien el modelo *todos a todos*, en que la hipermasividad de alcance planetario lejos de uniformizar los mensajes tiende a personalizarlos.<sup>15</sup>

Para entender cómo sucede esto, lo abordaré desde la red social de Facebook. En Facebook cada vez que el usuario se conecta va interactuando con el objeto mediático. Durante la interacción va proporcionando información como lo que le gusta, las páginas que quiere seguir o quiénes son los amigos con los que más se comunica. Así, el orden de lo que aparece no viene prefijado, es decir, no se le manifiestan a todos las mismas imágenes ni la misma información, sino que lo que se muestra se va construyendo a partir de lo que el usuario hace y de sus contactos. Sobre la marcha el sitio se va creando y personalizando a partir de una base de datos, para que el usuario vea lo que le agrada. Si el usuario comienza a

---

<sup>14</sup> Anónimo, Contra el arte y el artista, Colectivo DesFace, Chile, 2012, p. 23.

<sup>15</sup> Cuadra, Álvaro, Hiperindustria Cultural, Chile, ARCIS, 2008, p. 83.

seguir una página de noticias, de sugerencia le van a aparecer más páginas de noticias. O si él comenta o le da más *likes* a las publicaciones de uno de sus amigos, entonces lo que comparta ese amigo aparecerá más que lo que hace otro de sus amigos con el que no suele tener mayor contacto. Incluso los anuncios que se le muestran dependen de la información que ha proporcionado previamente.

Conforme cada individuo va seleccionando entre un número enorme de opciones, va construyendo su pequeño mundo virtual:

De este modo, la tecnología de los nuevos medios actúa como la más perfecta realización de la utopía de una sociedad ideal compuesta por individuos únicos. Los objetos de los nuevos medios garantizan a los usuarios que sus opciones –y, por tanto, los pensamientos y deseos que subyacen en ellas- son únicos, y no programados de antemano ni compartidos con los demás.<sup>16</sup>

Este mundo se encuentra personalizado, pero a la vez es mediado por los otros porque también es por el contacto con ellos que esta cultura digital que se va construyendo. Los contenidos que se muestran no vienen programados de antemano, lo que sí viene programado son las asociaciones entre ellos. Por ejemplo, si buscas la imagen de un vestido rojo, inmediatamente te aparecerán cientos de imágenes con ese tema. O con noticias que contienen hipervínculos, que al abrirlos te refieren a otra noticia con el tema en cuestión.

### **3.3.1 La hiperindustria cultural**

---

<sup>16</sup> Manovich, Lev, El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital [traducción de Óscar Fontrodona], Paidós, España, 2005, (Comunicación 163), p. 89.

Esta nueva era es la de la hiperindustria cultural, entendida como aquella en la que ya no hay un emisor unilateral que se dirige a masas anónimas e indiferenciadas, sino que se compone por modelos personalizados, usuarios interactivos y públicos en escalas masivas:

Este fenómeno de alcance mundial nos obliga a pensar la tecnología, ya no como un mero apéndice de lo social, sino en toda su radicalidad como el sustrato constitutivo de la conciencia, exteriorización e industrialización de la memoria y del imaginario en una era de la *hiperindustria cultural* orientada a públicos hipermasivos.<sup>17</sup>

La hiperindustria cultural construye el imaginario colectivo valiéndose de la hiperreproductibilidad y la mediatización en escalas masivas, es decir, la transmisión inmediata de información en tiempo real y que llega a tener un alcance mundial. Como más adelante abordaré, este mundo de flujos digitales irá construyendo una nueva realidad que se presenta como certera y única.

Hoy en día la forma en la que el mundo se nos manifiesta es por medio de imágenes: “En una cultura altamente mediatizada, la realidad se nos presenta como un producto hecho de imágenes, una producción de lo real”.<sup>18</sup> El espectador ya no mira las imágenes como lo que son: meramente imágenes y un producto suyo; sino que las ve como si fueran una ventana al mundo y vive en función a ellas, temas que abordaré con mayor profundidad en el segundo capítulo. Las imágenes nos proporcionan una manera de explicar el mundo y de relacionarnos con él, proyectan parte de nuestra identidad, al igual que nuestras memorias y

---

<sup>17</sup> Cuadra, Álvaro, *op. cit.*, p. 16.

<sup>18</sup> *Ibíd.*, p. 37.

también nos dicen lo que hay que observar. Pero en un mundo saturado de imágenes cuesta trabajo discernir qué vale la pena ver. También el exceso de imágenes hace que dejemos de prestarles tanta atención y que a veces se vuelvan imperceptibles.

#### **4. La imagen como el último vehículo**

Para Paul Virilio el final del siglo XIX y el inicio del XX se caracterizaron por la revolución de los transportes. Del vehículo terrestre se pasó al vehículo aéreo y por un tiempo estos fueron los medios de transporte absolutos. Pero el final del siglo XX sufre una mutación con el surgimiento de un nuevo vehículo: el vehículo audiovisual. A diferencia de los otros vehículos que eran dinámicos y móviles, este vehículo permanece inmóvil. Suplanta al desplazamiento físico porque para llegar a un lugar ya no se necesita conducir a él. Con este vehículo se sustituyen los largos intervalos de desplazamiento y de tiempo por la instantaneidad porque “[...] la máquina para rebajar el tiempo ya no es el automóvil: a partir de ahora lo son el audiovisual y las tecnologías del tiempo real”.<sup>19</sup> Ahora el vehículo más eficiente es la imagen porque no se detiene, sino que llega en el momento.

Con este vehículo no hay una salida, sino que sólo una llegada: “Antiguamente, el viaje comprendía tres etapas: la salida, el trayecto y la llegada. Hoy en día, la llegada generalizada ha dominado todas las salidas”.<sup>20</sup> Partir se vuelve inútil si ya no necesitamos movernos; ya no hay que esperar para arribar, sino que todo llega

---

<sup>19</sup> Virilio, Paul, La inercia polar [traducción de Miguel Rubio Saguna], Prometeo libros, España, 1999, p. 32.

<sup>20</sup> Virilio, Paul, El Ciber mundo, la política de lo peor. Entrevista con Phillippe Petit [traducción de Mónica Poole], Cátedra, España, 1997, (Colección Teorema), p. 60.

a nosotros. En este último vehículo que es el del trayecto sin trayectoria, también hay un viaje sin viajero.

Las distancias se comprimen. El mundo se estrecha y todo se nos presenta como si estuviera más cercano de lo que en realidad está. A través de las imágenes de la pantalla, los objetos pierden su tiempo y su densidad. La imagen termina por prevalecer sobre la cosa de la que es imagen, cuando se confunden lo próximo con lo distante y lo que se presenta sobre la representación televisada. Para Virilio:

Sin ninguna distancia crítica ante la marejada, el espectador es sometido no ya a la reproducción de las imágenes estereotipadas de las que nos hablaba Benjamin, sino a la alucinación colectiva de una *imagen única*, teatro óptico de un panorama terrorista giratorio<sup>21</sup>.

La imagen está presente en cada instante y ve todo. Es clarividente al prevenirnos sobre lo que va a suceder y al no dejar espacio para lo inesperado. Ya que en todo momento se puede ver lo que está sucediendo en diversas partes del mundo y en el momento en que sucede.

#### **4.1 La velocidad absoluta**

De la velocidad relativa, aquella en la que el cuerpo se desplazaba y conquistaba un espacio físico, pasamos a la velocidad absoluta, la de las transmisiones y que

---

<sup>21</sup> Virilio, Paul, Ciudad Pánico. El afuera comienza aquí [traducción de Iair Kon], Libros del zorzal, Argentina, 2006, p. 90.

deshace la duración tradicional del tiempo al permitir la simultaneidad y la instantaneidad.

La velocidad absoluta dilata el tiempo y encoge el espacio. Los terrenos antes firmemente delimitados, pierden sus fronteras y la distancia temporal entre ellos se encoge; el no-lugar de la velocidad suplanta al lugar. Ya no hay un retraso en la información, sino que todo llega al instante.

La velocidad también cambia nuestra visión del mundo: “La velocidad proporciona qué ver. No permite simplemente llegar más rápido al punto de destino sino que también proporciona qué ver y concebir”.<sup>22</sup> La velocidad no sólo sirve para ir de un lugar a otro, de igual manera sirve para escuchar y concebir el mundo. También condiciona la extensión y la duración de las cosas.

## **4.2 La telepresencia**

A través de la telepresencia los observadores pueden ver la imagen en tiempo real, es decir en el momento en que sucede. La telepresencia permite que lo que está físicamente remoto se acerque y que el cuerpo se deslocalice por medio de la imagen que le permite estar presente a distancia, estar aquí y en otro sitio al mismo tiempo:

[...] a diferencia de la fotografía y del cine, las telecomunicaciones electrónicas pueden funcionar en un doble sentido. El usuario no sólo puede obtener imágenes de varios lugares y reunirlos en una única pantalla electrónica sino que, a través de la telepresencia, también

---

<sup>22</sup> Virilio, Paul, El Cibermundo, la política de lo peor. Entrevista con Phillippe Petit [traducción de Mónica Poole], Cátedra, España, 1997, (Colección Teorema), p. 23.

puede estar <<presente>> en esos lugares. En otras palabras, puede operar un cambio en la realidad material a una distancia física y en tiempo real.<sup>23</sup>

Por ejemplo, si hay un atentado terrorista en una parte del mundo, la gente puede ver casi al instante lo que está sucediendo. En Facebook pueden mirar las imágenes y videos que otros comparten, para entender la situación e incluso sentir como si hubieran estado ahí. Lo cual genera que muchas personas se solidaricen con una causa, como si no fuera un evento aislado, sino que algo de lo que ellos también son parte o les afecta. Un buen ejemplo de esto es el uso de *hashtags* como *#TodosSomosX* o que durante los atentados del 2015 en París, Facebook permitió que los usuarios incorporaran la bandera francesa a su foto de perfil como señal de duelo.

Ante la telepresencia la división tripartita del tiempo: pasado, presente y futuro, se sustituyen por la inmediatez y un tiempo continuo en donde parece que los eventos son simultáneos o prosiguen uno a otro. Con la imagen *en directo* se confunden los hechos con la imagen televisada, de manera tal que parece no haber distinción entre lo que sucedió y lo que aparentemente sucedió, es decir, las imágenes y la información que se transmitió. Al final la telepresencia gana.

#### **4.2.1 El tiempo mundial**

El tiempo en que sucede la imagen se sustituye por el tiempo mundial. De un tiempo local y cronológico, se pasa al tiempo mundial en el que la simultaneidad

---

<sup>23</sup> Manovich, Lev, *op. cit.*, p. 234.

de las acciones tiene primacía sobre su carácter subsecuente. Para el que un acontecimiento se da como la simultaneidad entre lo que sucede y lo que vemos en la pantalla.

El tiempo cronológico se suplanta por el tiempo de la velocidad de la luz. La temporalidad sufre una mutación porque en lugar de un orden de sucesión hay un orden de sobreexposición en donde pasado, presente y futuro se presentan de manera conjunta. Este tiempo contraído desemboca en un eternizado presente en suspensión:

Al tiempo *que se expone* instantáneamente corresponde ahora un *tiempo intensivo*, el de la cronoscopia del <<eterno presente relativista>>, óptica integral que se asemeja a la ubicuidad y a la simultaneidad de la mirada divina, un *totum simul*, en el que los momentos sucesivos del tiempo están copresentes en una única percepción que haría de esos momentos decisivos un pasaje de sucesos.<sup>24</sup>

En el instante presente se componen el objeto y su representación que con la prontitud de las emisiones llegan al mismo tiempo. En este tiempo que parece que se puede ver todo a la vez sólo hay una distinción entre el tiempo real y el tiempo diferido.

#### **4.2.2 La distorsión del tiempo y el espacio**

Para Virilio al definir aisladamente el presente, sin su aquí y ahora, se le mata y se pone en su lugar otro sitio que es el de la telepresencia directa:

---

<sup>24</sup> Virilio, Paul, La inercia polar [traducción de Miguel Rubio Saguna], Prometeo libros, España, 1999, p. 67.



En adelante ya no hay ni un antes ni después, sólo “durante”... El CONTINUUM de espacio-tiempo se ha estancado en la inmovilidad cadavérica de una suerte de eterno presente, o más bien en la *eterna presentación* de un viaje sin desplazamiento, de un trayecto EN EL LUGAR en donde la ida y la vuelta han perdido su sentido giratorio para coexistir, coincidir en un *ahora* desprovisto de *aquí*.<sup>25</sup>

Con la aceleración se da una confusión entre presente y futuro, cercano y lejano, real e irreal. Se encogen los trayectos, se estrechan las dimensiones y se suplantán los límites topográficos. Las transmisiones nos generan una cercanía excesiva, una proximidad mediática en donde el mundo se muestra por medio de un monitor. En un mundo miniaturizado, parece que está todo.

Este filósofo hace una distinción entre pequeñas ópticas y gran óptica. Las primeras se refieren a la perspectiva geométrica de acuerdo a la visión humana, en donde están presentes distinciones como cerca y lejos. Mientras que la segunda se refiere a la información electrónica que se transmite en tiempo real. Pero conforme la gran óptica sustituye a las pequeñas ópticas, conceptos como cercano y distante pierden su significado porque ahora desde cualquier parte se puede transmitir la información con la misma velocidad:

Sin embargo, hoy nuestra visión del mundo ya no es objetiva sino teleobjetiva. Vivimos el mundo a través de una representación que, como las fotografías con teleobjetivo, distorsiona los planos lejanos y los

---

<sup>25</sup> Virilio, Paul, Ciudad Pánico. El afuera comienza aquí [traducción de Iair Kon], Libros del zorzal, Argentina, 2006, p. 121.

planos cercanos y hace de nuestra relación con el mundo una relación en la que se ven en un mismo plano lo lejano y lo cercano.<sup>26</sup>

En la visión que ocupa la pequeña pantalla digital la densidad de las distancias es anulada, las imágenes tienen una extensión sin extensión, un relieve sin relieve, alto y bajo se hacen equivalentes, y el adentro y el afuera coinciden. Como ya todo llegó a su destino, salir y arribar no se oponen. Por lo cerca que estamos de las cosas ya no hay distancia. Los objetos a distancia se nos presentan como si estuvieran enfrente y en el instante cada punto de la tierra es tan accesible como el otro.

En un mundo en el que todo parece estar al alcance de la mano, o al alcance de un *click*, las cosas lejanas se nos presentan como si fueran tan cercanas que ya hasta nos resultan familiares. El mundo pierde su profundidad y su horizonte, se empequeñece tanto que quedamos encerrados en él:

Como la mosca contra la ventana o el pez en su pecera de vidrio, hemos alcanzado el “punto-límite cero” en el que todas las distancias se anulan, donde los intervalos del espacio y de tiempo han desaparecido, uno tras otro, *en la desertización de la miniaturización del mundo.*<sup>27</sup>

La sensación de encarcelamiento está en su máximo apogeo porque parece que el mundo ya no puede ofrecernos nada que no se haya recorrido antes, como si ya estuviera concluido. Ahora parece un recinto cerrado.

---

<sup>26</sup> Virilio, Paul, El Ciber mundo, la política de lo peor. Entrevista con Phillippe Petit [traducción de Mónica Poole], Cátedra, España, 1997, (Colección Teorema), p. 83.

<sup>27</sup> Virilio, Paul, Ciudad Pánico. El afuera comienza aquí [traducción de Iair Kon], Libros del zorzal, Argentina, 2006, p. 120.

## 5. Memoria

Siguiendo a Paul Virilio, si ya no hay una distinción entre pasado, presente y futuro, entonces ¿se podría hablar del fin de la historia? Para él más que ser el fin de la historia, lo que se anuncia es el fin de los tiempos múltiples:

El tiempo mundial y el presente único, que reemplazan al pasado y al futuro, están ligados a una velocidad límite que es la velocidad de la luz. Acabamos de tropezar con la barrera del tiempo real, es decir la barrera de la luz. Esta eliminación del espacio-mundo y del tiempo histórico se ha debido a que hemos puesto en práctica la luz, y, en consecuencia, su velocidad.<sup>28</sup>

El *allá* no existe porque ahora todo es *aquí*. La historia sucede en un tiempo universal en el que la inmediatez del presente lleva consigo el pasado y el futuro. A través de las imágenes el mundo se vuelve una serie de eventos inconexos y la historia una serie de anécdotas y hechos diversos.<sup>29</sup> La historia se torna en una batalla de imágenes y una sucesión de numerosos eventos.

### 5.1 Memoria y redes sociales

Las redes sociales configuran el mundo desde otros modos de producción textual: un mundo de contenidos cortos y de lectores fugaces. Con la sobreproducción de datos y con tantos contenidos disponibles, es difícil elegir cómo abordarlos y en cual enfocarse. Además, ciertos estudios sugieren que una de las consecuencias de tener tanta información es que vamos perdiendo la capacidad de

---

<sup>28</sup> Virilio, Paul, El Ciber mundo, la política de lo peor. Entrevista con Phillippe Petit [traducción de Mónica Poole], Cátedra, España, 1997, (Colección Teorema), p. 81.

<sup>29</sup> Sontag, Susan, On Photography, RosettaBooks, Estados Unidos de América, 2005, p. 17.

concentrarnos.<sup>30</sup> En parte esto sucede porque al momento de leer en internet los usuarios no siguen una narración lineal, sino que van pasando de un tema a otro. Por ejemplo, cuando quieres leer un artículo en Facebook, al abrirlo te manda a otra página. A veces ni siquiera se dirige a la página que querías ver, en lugar de eso te abre un sitio de anuncios; pero ya que logras abrir la página, suele estar rodeada de ofertas o de sugerencias de otros artículos, lo cual dificulta que te concentres exclusivamente en el texto que te interesaba inicialmente. Otro problema es que no siempre la lectura puede ser fluida, debido a que la página no aparece completa porque si quieres continuar leyendo tienes que apretar un botón para que se muestre el resto del texto.

En este estudio también se menciona que con los textos que contienen muchos hipervínculos no se retiene tanta información, porque al pasar de un tema a otro se puede olvidar el tema inicial y el recorrido que se dio. Cuando nos encontramos un hipervínculo el cerebro se pregunta si abrirlo o no y en este proceso ya nos apartamos del texto. Es difícil retener tantos datos y además comprenderlos si se está pasando de un sitio a otro.

Con internet también se puede dar una lectura negligente ya que posibilita buscar sólo las anotaciones que nos interesa, como un párrafo en específico o palabras clave y se omite el resto del contenido. Nos hemos vuelto lectores superficiales y descuidados: “[...] la web parece una entidad con vida propia que sin orden va de un lado a otro por nuestro cerebro y relaciones; no sabemos nada, no leemos

---

<sup>30</sup> Williams, Ray, “Is the Internet making us dumber?”, Psychology Today, fechado el 19 de julio de 2011, <<https://www.psychologytoday.com/blog/wired-success/201107/is-the-internet-making-us-dumber>>. [Consulta: 24 de enero de 2017].

nada, es la sociedad de la información, de la inmediatez”.<sup>31</sup> La forma en la que se procesa la información cambia porque no razonamos toda, sino que se selecciona lo que se necesita. Más que leer y crear conexiones mentales complejas, ahora nos dedicamos a consumir y decodificar contenidos.

Somos lectores fugaces y los contenidos también se han vuelto fugaces. Un *tweet* tiene un límite de caracteres, las noticias tampoco suelen ser muy largas y los encabezados son cortos y llamativos, como si tan sólo con leer eso ya supieras de lo que se trata todo el texto. Con internet nuestra subjetividad se construye a partir de lo que está inmediatamente disponible y es más fácil de procesar. Ahora el nuevo reto para el sujeto será lograr pensar fuera de la información que le proporciona la red.

Según algunos investigadores las personas que acuden más a internet para obtener respuestas suelen recordar menos cosas que las personas que no.<sup>32</sup> Pensado esto desde las redes sociales, ya no necesitas aprenderte el cumpleaños de tu amigo o su número telefónico porque los puedes consultar en línea. Hoy en día podemos guardar información afuera de nuestro cerebro, es decir, en el mundo virtual.

La sociedad del “en directo” no tiene futuro ni pasado, tampoco extensión o duración. La telepresencia y las redes sociales han modificado nuestra forma de generar experiencias y memorias. Con la pérdida del relato del trayecto hay una

---

<sup>31</sup> Bras Ruiz, Ismene Ithaí, “Paradojas de la sociedad de la información y el conocimiento: tres falsas promesas del uso de la red” en Constante, A. y Chaverry Soto, R. (coordinadores), World Wide Web y la formación de la subjetividad, Afínita Editorial. Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2015, p. 108.

<sup>32</sup> Véase: Williams, Ray, *op. cit.*

omnipotencia de la imagen en tiempo real, la imagen está presente siempre y en todos lados, quedando disponible para ser consultada posteriormente. Por esto se podría hablar de una memoria inmediata, porque la información ya no necesita retenerse, en vez de eso se puede buscar y ver en el momento en que se requiere.

Ahora la memoria colectiva se archiva digitalmente. Se puede hacer un registro de la actividad humana a partir de los libros, artículos, imágenes, música, películas, entre otras cosas, que se comparten. Lo que la gente hace, su aspecto físico, sus opiniones, sus modas y los lugares a los que fueron también quedan inscritos en línea y al alcance de casi cualquier persona. Todo permanece ahí y puede ser consultado en cualquier momento. El peligro de esto radica en que con tanta información los temas cambian con facilidad:

Nos estamos distanciando del pasado a toda velocidad, de lo cual resulta el impacto de dos fuerzas, una es la fuerza del olvido y la otra, la de la memoria. No hay tiempo para entrar en materia, de modo que la memoria guarda un recuerdo deformado del pasado. No sabemos cuánto van a durar las concepciones que se establecen con unos cimientos tan débiles. Esto no es serio. El problema es cómo conseguir llegar a la información relevante, cómo distingues la basura de lo relevante. Se trataría de saber si un año después le interesa a alguien lo sucedido el año anterior, si dejó algún rastro<sup>33</sup>.

Se puede hablar de un recuerdo deformado del pasado porque de toda la información que se comparte, gran parte es errónea o ficticia. Incluso la vida virtual

---

<sup>33</sup> Seisdedos, Iker, "Da la impresión de que todo anda fuera de control", El País, fechado el 19 de agosto de 2012, <[http://cultura.elpais.com/cultura/2012/08/19/actualidad/1345406113\\_154130.html](http://cultura.elpais.com/cultura/2012/08/19/actualidad/1345406113_154130.html)>. [Consulta: 4 de febrero de 2017].

de una persona puede no tener nada que ver con su vida cotidiana. Las redes sociales le posibilitan a los sujetos pretender ser lo que quieran, exhibirse y hasta inventarse una nueva identidad.

## **Capítulo II. La sociedad del espectáculo y la sociedad de la pantalla**

Este capítulo se enfoca en el espectáculo. Utilizaré el texto de *La sociedad del espectáculo* de Guy Debord para examinar cómo las redes sociales también son una manifestación de la sociedad del espectáculo. En ellas todo es digno de retratarse, de compartirse y de exhibirse. La vida parece más interesante cuando se vive a través de fotos y lo que no se comparte es como si no hubiera existido. La *selfie* le permite a la persona mostrarse como le gustaría que los otros la vieran o moldear su propia identidad. Las personas buscarán exhibirse para ser aprobadas por los demás, pero también porque prefieren exponer su privacidad antes que caer en el anonimato. Así, este espacio virtual podría parecer más interesante al ofrecerle al usuario posibilidades como modificar su identidad o inventarse una nueva. También desde la comodidad de su casa el individuo podrá protestar y sentir que genera un cambio al compartir información o firmar peticiones. Las redes sociales pueden llevar a una espectacularización de la revolución, pero también pueden ser un medio efectivo para la rebelión, como sucedió en Irán en 2004. Sin embargo no habrá que dejar de lado que todos esos datos que compartimos posteriormente pueden ser utilizados contra nosotros.

### **1. Guy Debord y la sociedad del espectáculo**

#### **1.1 ¿Qué es el espectáculo?**

En su libro *La sociedad del espectáculo* Guy Debord dice que nos encontramos en una sociedad de carácter especular, con esto se refiere a que: “El espectáculo no es un conjunto de imágenes sino una relación social entre las personas



mediatizada por las imágenes”.<sup>34</sup> No sólo es la acumulación de imágenes que producen medios como el cine, la televisión y la publicidad, sino la manera en la que las personas se relacionan por medio de estas imágenes y el modo en que éstas afectan su concepción del mundo. En una sociedad del espectáculo las imágenes dejan de ser meramente imágenes y se convierten en seres reales, presentes en todos los ámbitos de nuestra vida. Las imágenes dirigen nuestro comportamiento y nuestros deseos, ordenan el mundo y llevan a que aceptemos esta construcción artificial como lo real.

Cuando el espectáculo comienza a invadir todo hasta volverse lo más común, el mundo se invierte porque lo que antes considerábamos como real queda remplazado por lo espectacular:

El mundo del espectáculo nos rodea por todas partes, es lo cotidiano y a la vez la esencia de lo cotidiano, una realidad distorsionadora que se ha desplazado hacia el centro sobre el gravita el mundo humano, y, como hemos visto, va a darle la vuelta a la realidad, convirtiéndose así en un «mundo realmente invertido». <sup>35</sup>

Esta inversión del mundo no implica que el espectáculo se transforme en algo aparte del mundo real, sino que la realidad surge en el espectáculo y éste se convierte en el estado perpetuo de lo real. El mundo de lo espectacular termina por invertir completamente la realidad y sus conceptos:

---

<sup>34</sup> Debord, Guy, La sociedad del espectáculo [prólogo, traducción y notas de José Luis Pardo], 2ª edición, Pre-textos, España, 2002, p. 38.

<sup>35</sup> Abad Montesinos, Jaime, “Guy Debord: el espectáculo, la mercancía y la inversión de la realidad”, Cuaderno de Materiales, No. 24, diciembre 2012, pp. 14-15.

La realidad espectacular, autoimpuesta como la verdadera realidad, allí donde ha invertido la distinción entre verdad y falsedad, entre realidad e irrealidad, se ha configurado como una visión reflejada de la vida que se ha vuelto del revés, una vida reducida a elementos banales e inconexos bajo una aparente capa de felicidad que oculta la vacuidad de todo ello, el consumo continuo de mercancías en busca de una autorrealización imposible.<sup>36</sup>

Con el espectáculo la imagen y el consumo se convierten en el centro de la vida, lo que antes era irreal ahora se presenta como lo real y la mentira se vuelve verdadera. La falsedad se convierte en el centro de la realidad.

El espectáculo no es un sobreañadido al mundo o un suplemento suyo, sino el modelo actual dominante que ha terminado por conquistar y apresar todo:

La corriente de las imágenes lo arrastra todo consigo y también ese resumen simplificado del mundo sensible lo gobierna otro a su antojo; otro decide adónde irá esa corriente y elige el ritmo de lo que se ha de manifestar, como una perpetua sorpresa arbitraria, sin dejar tiempo alguno para la reflexión, y con entera independencia de lo que el espectador pueda comprender o de lo que pueda pensar acerca de ello.<sup>37</sup>

Todos los bienes dentro del sistema espectacular son armas para reforzar su hegemonía. Todos los espacios de la vida han sido atravesados y contaminados por los intereses del espectáculo, incluso los que parecían escapar de él. Los que parecen ser sus medios son también sus fines, “en el espectáculo, imagen de la economía reinante, el fin no es nada y el desarrollo lo es todo. El espectáculo no

---

<sup>36</sup> *Ibíd.*, p. 23.

<sup>37</sup> Debord, Guy, Comentarios sobre la sociedad del espectáculo [traducción de Luis A. Bredlow], Anagrama, España, 1999, p. 40.

conduce a ninguna parte salvo a sí mismo”.<sup>38</sup> Hasta el tiempo aparentemente liberado del tiempo espectacular, es decir el tiempo del ocio, no logra escapar de él porque el espectáculo también nos dice qué hacer con el tiempo libre. Por ejemplo ir al cine también es un tiempo de producción industrial y que beneficia al capital porque los espectadores consumen un producto y el capitalismo puede usar este producto para fomentar sus valores.

El espectáculo prefiere la contemplación a la acción:

La alienación del espectador a favor del objeto contemplado (que es el resultado de su propia actividad inconsciente) se expresa de este modo: cuanto más contempla, menos vive; cuanto más acepta reconocerse en las imágenes dominantes de la necesidad, menos comprende su propia existencia y su propio deseo.<sup>39</sup>

La sociedad del espectáculo es falaz y embustera, pero a la vez es seductora. En ella lo que aparece en las pantallas se presenta como más interesante que lo que se vive. En una sociedad espectacular no hay espacio para la capacidad crítica porque el público se contenta con aprender todo lo que el espectáculo le proporciona y sin cuestionarlo. Más adelante retomaré estos temas.

Su éxito también radica en que se ha vuelto tan familiar para el individuo que la única forma en la que puede ver el mundo es a través del lenguaje espectacular. El espectáculo se exterioriza como parte de la sociedad y a la vez como la sociedad misma, y se esconde bajo la falsa promesa de ser un instrumento de

---

<sup>38</sup> Debord, Guy, La sociedad del espectáculo [prólogo, traducción y notas de José Luis Pardo], 2ª edición, Pre-textos, España, 2002, p. 42.

<sup>39</sup> *Ibíd.*, p. 49.

unificación del mundo, “pero la fuerza del espectáculo reside en su apariencia beatífica y reconciliadora, tan falsa como irreal. En un mundo cada vez más fragmentado y disperso el espectáculo muestra un modelo aparente de unificación”.<sup>40</sup> Pretende unificar el mundo al homogeneizar el carácter y las conductas. Esto lo hace al proporcionarle al individuo modelos con los cuales identificarse y a los que debe de querer asemejarse, por ejemplo las estrellas de cine; también pretende uniformar a la humanidad bajo la ilusión de que es algo pseudo-sagrado y superior al mundo. Para esta nueva religión lo que aparece será más real que lo que se experimenta.

## **1.2 El tiempo espectacular**

El tiempo del espectáculo es el tiempo del consumo de imágenes y consumo del tiempo. También es el tiempo en el que la vida se ha convertido en una representación: “Mientras el tiempo cíclico era el tiempo de la ilusión inmóvil, realmente vivido, el tiempo espectacular es el tiempo de la realidad que se transforma, pero vivido ilusoriamente”.<sup>41</sup> La vida se ha transformado en una acumulación de espectáculos, donde los acontecimientos se dramatizan y en la que incluso cuando parece que se está viviendo y disfrutando de un momento, no es más que un espectáculo. En sus *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo*, Debord menciona que si algo se puede afirmar con toda certeza es que el espectáculo no ha desaparecido sino que se ha reforzado y han aparecido nuevas manifestaciones de él. Si pensamos el espectáculo desde el contexto

---

<sup>40</sup> Abad Montesinos, Jaime, *op. cit.*, p. 17.

<sup>41</sup> Debord, Guy, *La sociedad del espectáculo* [prólogo, traducción y notas de José Luis Pardo], 2ª edición, Pre-textos, España, 2002, p.137.

actual, en las redes sociales la virtualidad parece ser más interesante que la vida que se encuentra fuera de ella. Las imágenes que se comparten suelen ser sobre momentos felices en donde la persona parece encontrarse en plenitud y viviendo al máximo; como si toda su vida fuera una sucesión de momentos fascinantes que deben de ser retratados. Por medio de la fotografía la vida se ha convertido en un espectáculo.

## **2. Del mundo real al ciber mundo**

### **2.1 El ágora virtual**

Con el internet la pantalla y la retina se funden. La pantalla desaparece porque más que ser algo externo al sujeto y que él observa, se eliminan las distancias entre uno y otro. La pantalla se apodera de lo que el individuo ve y él queda inmerso en ella. La frontera entre el espacio real y el espacio virtual se borran, no necesariamente en el sentido de que lo virtual suplanta a lo real, pero sí en que hay una unión entre ambos y se expanden a nuevos límites. El espacio virtual ofrece un nuevo tipo de perspectiva en donde todo parece encontrarse más cerca y muchas veces ni nos percatamos de lo que sucede alrededor mientras estamos conectados o del tiempo que transcurre.

¿Qué es este nuevo espacio? Se podría hablar de él como una ciudad virtual en donde se van generando comunidades de personas con gustos similares:

La popularización de las redes sociales en este sentido, atiende directamente al carácter social del ser humano y al reencuentro con la posibilidad de situarse en una plaza pública en línea, donde las personas convergen nuevamente en una o varias redes, asociándose

por un pasado o presente común, intereses, aficiones o áreas laborales, que les permiten reagruparse, conocerse, dialogar y crear en conjunto posibles escenarios a partir de una comunicación menos unidireccional y más social.<sup>42</sup>

En esta especie de ágora virtual las personas se pueden reunir para discutir, compartir sus intereses e intercambiar contenidos. Así, la escuela y la calle ya no son los únicos lugares para aprender porque el conocimiento también se puede encontrar en línea. Este espacio incluso ofrece la posibilidad de que el saber se construya de manera colectiva, por ejemplo en páginas como Wikipedia en la que múltiples colaboradores escriben los artículos o los editan. O con Twitter, en donde la escritura deja de ser un proceso solitario y se abre a toda la comunidad; un tuit se puede retuitear, reeditar o utilizar para construir un cuento, que posteriormente será continuado por otro usuario.

## **2.2 La amistad**

Pareciera como si la única forma de estar en el mundo fuera estando en las redes sociales. Quien no está en ellas no se informa al instante de las noticias de moda, no sabe de los últimos eventos y se aleja de sus amistades. Antes para saber cómo estaba una persona se le hablaba o se le invitaba por un café, ahora se le manda un mensaje por Facebook. Las redes sociales nos permiten hablar con la gente sin importar en donde se encuentre, reforzar amistades y conocer personas nuevas. Pero también pueden generar la impresión errónea de que estar en

---

<sup>42</sup> Pérez Michel, Daniela, "Redes sociales como lugar en la educación" en Constante, Alberto (coord.), Las redes sociales. Una manera de pensar el mundo, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2013, p. 53.

comunicación constante por mensajes es igual a pasar tiempo con ellas. Facebook también puede desconectarnos y apartarnos al hacernos creer que las amistades se construyen al compartir enlaces en el muro de éstas, en lugar de estar físicamente presente en sus vidas. Como si prefiriéramos tener una relación a distancia en lugar de salir con ellas, o el contacto virtual antes que el contacto físico. Muchas veces incluso cuando salimos con nuestras amistades, nuestra atención no se centra por completo en ellas porque estamos al pendiente de lo que publican nuestros contactos y de contestar sus mensajes. La cantidad se ha vuelto más importante que la calidad, está bien visto tener quinientos amigos aunque sólo hables con veinte de ellos. La amistad se ha convertido en tener un contacto en Facebook.

### **2.3 La sustitución del mundo real por el ciber mundo**

En el ciber mundo el cibernauta encuentra la opción de escaparse de una vida que no tiene mucho que ofrecerle, para entrar a otro mundo que le ofrece posibilidades como reinventarse, salirse de su realidad y construirse una mejor:

El ciberespacio es en este sentido una especie de sueño despierto para aquellos que juegan profundamente con su identidad sin temer un choque con la realidad cuando esté de vuelta; el ciberespacio permite la construcción de innumerables mundos y de formas múltiples de encarnación virtual, ya no sometidas al principio de realidad sino completamente bajo la dirección del placer y del imaginario.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup> Le Breton, David, Adiós al cuerpo [traducción de Ociel Flores Flores], La Cifra, México, 2007, pp. 141-142.

El ciber mundo podría parecer preferible al real o el único que vale la pena porque le permite al sujeto construirse la vida que quiera. En el ciber mundo puede vivir muchas experiencias que serían imposibles en el mundo real y sin riesgos. También en este mundo el usuario puede estar en diversas partes a la vez y adquiere posibilidades que el mundo real no le ofrece, como existir sin estar limitado a un cuerpo.

### **2.3.1 El cuerpo virtual**

Para tener una cuenta en las redes sociales, el usuario no tiene que demostrar que efectivamente es quien dice ser. De hecho se puede hacer pasar por otra persona, inventarse otra identidad, ponerse otro nombre o tener una conducta diferente a la que tendría fuera del ciber mundo. Lejos de limitaciones físicas, este cuerpo puede sentirse más libre hasta para enfrentarse a otros cuerpos virtuales. Mientras que en persona nunca le hablarías a una mujer que te gusta, sí te atreves a enviarle una solicitud de amistad en Facebook y tal vez hasta mandarle un mensaje después. También puedes decirle a la gente cosas que no te atreverías a decirles de frente, ser más honesto, actuar distinto a como lo harías cotidianamente, burlarte o ser más abusivo: “El poder de ser otro, de no mostrar el rostro ni de poder ser señalado como aquel que pronuncia ciertas palabras, libera a los usuarios de responsabilidad por lo expuesto y abre la posibilidad de ejercer violencia contra los otros”.<sup>44</sup> Algunas explicaciones a estas conductas son que al no ver a la otra persona te resulta más fácil reírte de ella, en parte porque no

---

<sup>44</sup> Vargas, Carlos, “La vulnerabilidad en el perfil” en Constante, Alberto (coord.), Violencia en las redes sociales, Estudio Paraíso. Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2013, p. 42.



puedes ver el efecto que tus palabras tienen sobre el otro, o porque no hay más gente cerca de ti y que te juzgue sobre tu comportamiento, o porque crees que lo que ocurre en línea no tiene tanto impacto como en el mundo real.<sup>45</sup> Otros porque se refugian detrás del anonimato. Los actos del anónimo no pueden ser atribuidos a la persona porque nadie sabe quién es ni como se ve y mientras se mantenga anónimo, no recibe consecuencias por sus acciones.

Un atractivo adicional de la virtualidad es que el aspecto físico puede reinventarse. Con un toque teatral, el usuario posa en sus fotos para lucir más atractivo, más fascinante y busca un ángulo que le favorezca. Basta un filtro para que su foto se distinga de las demás o se vea más interesante. O un filtro animado, como los que ofrece Snapchat, para que adquiera una apariencia más lúdica, por ejemplo al aparecer con orejas y lengua de perro, o con el filtro temático del día. Si quisiera cambiar su apariencia radicalmente, siempre puede recurrir a Photoshop. El ciber mundo le permite al usuario liberarse de su identidad y metamorfosearse para ser lo que desee:

Uno de los atractivos de la presencia en línea consiste en la posibilidad de rehacer el cuerpo, de crear contrapartes digitales liberadas de ataduras inmediatas y de las limitaciones mortales de nuestros “caparazones” físicos. Los mundos en línea permiten a los visitantes crear su propio (*ciber*) yo y ser todo lo que quieran ser.<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup> Martin, Alan, “Online disinhibition and the psychology of trolling”, Wired, fechado el 30 de mayo de 2013, <<http://www.wired.co.uk/article/online-aggression>>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

<sup>46</sup> “Chapter 3. Themes in Digital Art” en Paul, Christiane, Digital Art, Thames and Hudson, Inglaterra, 2008, p. 168.

\*La traducción es mía.

No sólo usando un avatar el cibernauta se distancia de su cuerpo físico, en las redes sociales también logra hacerlo porque puede elegir como quiere que su cuerpo sea representado mediante imágenes. Sólo se necesita de la *selfie* apropiada para lucir más alto o más delgado, de una buena iluminación para verse más bello, o de la sonrisa adecuada para generarles a otros la impresión de que eres una persona muy alegre. Este cuerpo espectral resulta ventajoso frente al cuerpo físico, por ser el que el usuario elige y del que se apropia. Además, no suprime al cuerpo físico, pero sí se encuentra libre de sus imperfecciones.

### **3. La *selfie***

El autorretrato no es una práctica reciente; artistas como Frida Kahlo, Van Gogh y Rembrandt se pintaron muchas veces en sus obras. Lo que sí es propio de este tiempo es la *selfie*. La *selfie* es una foto que una persona se toma a sí misma, generalmente con la intención de compartirla en las redes sociales. De lo cual se pueden resaltar algunas características importantes: la persona no requiere de alguien más para tomar la foto, sólo le basta con estirar su propio brazo; también que el individuo es el que ocupa la mayor parte de la foto. No se necesita del otro para que la foto se pueda realizar, pero sí se requiere de él para que vea nuestra foto. La siguiente cuestión será examinar para quién se realiza la *selfie*, ¿para nosotros o para los otros?

Sin contar la *selfies* en grupo, el centro de la foto es el individuo que la toma. Aunque detrás de su figura se pueda ver un paisaje llamativo o un monumento famoso, eso sólo ocupa el segundo plano; lo que más importa de la foto es que el

individuo resalte. En este sentido, las *selfies* las hacemos para nosotros mismos como autohomenaje:

Entonces, ¿para quién se produce la *selfie*? Para nosotros mismos. Como Narciso, en un primer momento nos enamoramos de nosotros mismos en cada imagen que tomamos de nuestros rostros y cuerpos. Elegimos en cuál nos vemos bien y descartamos las fotografías en las que no, las editamos y controlamos esa presentación en las redes. Por un momento somos tapa de revista.<sup>47</sup>

En la *selfie* triunfa nuestro ego y queremos transferir una parte de nosotros mismos o extendernos a una imagen. Pero no sólo por vanidad, también para ser admirado y contemplado por el otro. La *selfie* también se hace para que el otro me reconozca y es a través de su mirada que yo me reafirmo y también me reconozco:

En esta llamativa tendencia de la contabilidad biográfica mediante las redes del software social destacan sobre todo dos aspectos en el fenómeno del narrar: en primer lugar, el descubrimiento de su propia identidad, del 'yo', no como un ser aislado sino a través del diálogo con los demás ya que mi identidad depende en gran medida de mis relaciones dialógicas con los demás. La contabilidad biográfica, por tanto, sirve principalmente para presentarse a sí mismo como un individuo a los demás y para llamar la atención sobre sí mismo. En este sentido, para el individuo las auto-narraciones y presentaciones en las redes digitales cada vez más se convierten en el fin.<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup> Murolo, Norberto Leonardo, "Del mito del Narciso a la selfie. Una arqueología de los cuerpos codificados" en *Palabra Clave*, vol. 18, núm. 3, septiembre, 2015, Universidad de La Sabana Bogotá, Colombia, p. 698.

<sup>48</sup> Leibbrandt, Isabella, "Narrarse a uno mismo, auto-tematización y la cultura de la confesión", en *Espéculo: Revista de Estudios Literarios*. Narrar en la era digital, Nº. 54, enero-junio, 2015, p. 148.

A través de su mirada, el otro se apropia de una parte de lo que soy y me asigna ciertos atributos, lo mismo sucede cuando yo lo observo. La confrontación con el otro retroalimenta y reformula lo que soy, al permitir que me ponga como sujeto de mi propia cognición. Pero la *selfie* brinda una nueva posibilidad: que el otro vea en mí lo que yo elijo.

Con la *selfie* la forma en la que queremos que el otro nos vea depende de nosotros:

Por primera vez en la historia, somos dueños de nuestra apariencia y estamos en condiciones de gestionar esa apariencia según nos convenga. Los retratos, y sobre todo los autorretratos, se multiplican y se cuelgan en la red expresando un doble impulso narcisista y exhibicionista [...].<sup>49</sup>

Nosotros podemos moldear nuestra apariencia y crear nuestra identidad a partir de las *selfies* que les presentamos a los demás. Con una *selfie* no puedo controlar todo lo que los otros piensan de mí, pero sí puedo proponerles una interpretación sobre como quiero que me lean. Vamos construyendo nuestra identidad virtual con la imagen que ponemos de portada, la información que compartimos, nuestros estados, etcétera. La fotografía termina por ser el soporte final en donde se puede ver la construcción que hemos hecho de nosotros mismos:

---

<sup>49</sup> Fontcuberta, Joan, La furia de las imágenes. Notas sobre la postfotografía, Galaxia Gutenberg, España, 2016, p. 48.

La imagen seduce, cuenta con ese halo de encantamiento propio de la publicidad, la televisión y el cine. La imagen es un territorio que mediante la pose, el encuadre, la utilería, la vestimenta, la escenografía y el retoque digital se convierte en gobernable.<sup>50</sup>

Con este tipo de foto el artista y el modelo son el mismo y con la combinación de ambos se obtiene un tercer producto que es lo que el artista ve de sí mismo y lo que quiere que la otra gente vea; así en la foto se ve su superficie, pero también se pretende reflejar su interior. Entonces, ¿para qué tomamos una *selfie*? Para crear nuestra propia imagen y controlar lo que los otros ven de nosotros; para contar nuestra historia; para celebrarnos y que los demás también lo hagan; para construir una imagen de nosotros que sí nos guste y que sí guste al espectáculo; o para adaptarnos a un canon de éxito y de belleza.

### **3.1 La *selfie* y el cuerpo**

La obsesión con la imagen y la presión por cumplir con cánones imposibles de belleza no son algo nuevo. Sólo que ahora pueden observarse con mayor claridad, por ejemplo en los perfiles de muchas adolescentes y las fotos que suben a la red. Según la Academia Estadounidense de Cirugía Plástica Facial y Reconstructiva, ha habido un aumento en los procedimientos debido a pacientes más atentos a su imagen en las redes sociales.<sup>51</sup> Las redes pueden

---

<sup>50</sup> Murolo, Norberto Leonardo, *op. cit.*, p. 687.

<sup>51</sup> BBC Mundo, "Cómo los selfies están cambiando el mundo de las cirugías plásticas", BBC Mundo, fechado el 15 enero 2015, <[http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/01/150114\\_salud\\_selfies\\_aumento\\_cirurgia\\_estetica\\_il](http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/01/150114_salud_selfies_aumento_cirurgia_estetica_il)>. [Consulta: 4 de febrero de 2017].

aumentar los complejos de las personas porque quedan expuestas a la opinión de desconocidos, sienten que no lucen lo suficientemente bien en las *selfies* o se sienten mal por no tener el aspecto que tienen las personas que reciben muchos *likes* y tienen cientos de seguidores.

Si nosotros podemos codificar nuestra imagen no bastará con vernos bien, sino que tendremos que mostrar la mejor versión de nosotros mismos; así el fin supremo para el cuerpo será que se le reconozca como bello. El cuerpo debe de buscar agradar y embellecerse lo más que pueda; aunque a veces esto implique engañar, al mostrar sólo una imagen idealizada de nosotros, en lugar de mostrar cómo nos vemos, sin ocultarnos detrás de tantos filtros.

¿Qué tienen en común las cuentas de modelos y de jovencitas en Instagram que tienen muchos seguidores? La *selfie* como disciplinamiento de los cuerpos. Para tomarse la foto ideal hay que estar dispuesta a tomarse docenas de fotos hasta lograrla; pasar mucho tiempo eligiendo el filtro adecuado o retocando la imagen; saber cómo pararse para que su figura resulte más esbelta, cómo sonreír sin que la sonrisa se vea fingida, cómo colocar la cadera (sin importar lo molesto que esa pose resulte) para que el abdomen se vea más plano; practicar una y otra vez caras frente al espejo hasta encontrar la que resulte más atractiva; repetir las mismas poses que realizan las personas que tienen cientos de seguidores en Instagram; saber vender el cuerpo como objeto de deseo; estar dispuesta a usar cierta ropa, aunque jamás saldrías con ella a la calle, con tal de lucir excelente en la foto; atreverse a enseñar más piel para tener más comentarios; pretender que es parte de su vida cotidiana hacer yoga en la playa

y que no es algo que están realizando exclusivamente para ser retratadas; aprender a vivir cada momento como si fuera espectacular y digno de fotografiarse; planear la siguiente foto para que le guste a más personas que la anterior; tomarse una foto mostrándose lo más “natural” posible, a pesar de que se acaban de peinar y de maquillar; y sobre todo, es repetir una y otra vez su mentira hasta que terminen por creérsela.

### **3.2 La sociedad de la exhibición**

Las *selfies* también son un testimonio de la época en la que vivimos. Son una narración autobiográfica que habla sobre nuestra identidad, sobre cómo vamos cambiando y de lo que hacemos para pertenecer a una comunidad. Además de permitirnos editar nuestra propia imagen, también son un modo de estar con los otros, de ser parte de un grupo y de hacer lo que los demás hacen.

Una manera de medir el agrado de los otros hacia nosotros es por medio de la cantidad de amigos virtuales y seguidores que tengamos. Hoy en día la aprobación puede ser medida según los *likes* que obtengamos. Los *likes* se vuelven una cifra para construir un amor propio y para autoafirmarse:

La *selfie* busca un tipo de reconocimiento del otro, pero se trata de un reconocimiento artificial (número de *likes* en las fotos) y construido por mí mismo, es decir, me hago objeto del otro, pero del otro representado en las exigencias sociales de la imagen, quiero que me reconozcan

como cumplidor de esas exigencias y como tal soy captado por los demás.<sup>52</sup>

Con las selfies los cuerpos se exponen para competir contra los demás y se posicionan para seducir al que los observa. No importa lo artificial de la representación, siempre y cuando eso le permita resaltar de los demás y recibir su aceptación por medio del botón de *me gusta*. Con este botón se crea la apariencia de que una persona se ve mejor, es más deseada o más popular.

Para agradar también hay que saber adaptarse a las tendencias del momento:

Aparecerá un nuevo corte de pelo, un nuevo color para los pantalones, pero nada cambiará en este esquema, las niñas, los niños y los adultos, seguirán concurriendo cada día con el fin de aprender cómo deben ser. Y es que Instagram es una escuela para aprender los gestos, los símbolos, las formas, las mercancías que las empresas han decretado que se venden esta temporada.<sup>53</sup>

Aunque ninguna *selfie* es igual a otra, muchas se parecen entre sí. Varias porque se realizan en el lugar de moda o porque las personas aparecen haciendo la misma pose. A veces las tendencias en *selfies* se enfocan en una parte del cuerpo y últimamente en condiciones extremas. Ya no es suficiente tomarse una foto sonriendo frente al espejo, lo de hoy son las *selfies* que muestran a la gente en situaciones arriesgadas, por ejemplo caminando a la

---

<sup>52</sup> Cardona Reyes, Jairo Alberto, "Selfie: el olvido del ser-para-otro", Reflexiones Marginales, fechado el 29 de marzo de 2016, <<http://reflexionesmarginales.com/3.0/selfie-el-olvido-del-ser-para-otro/>>. [Consulta: 24 de junio de 2016].

<sup>53</sup> Potel, Horacio, "Instante programado Instagram, texto instantáneo, repetición y acontecimiento" en Constante, Alberto (coord.), Arte en las redes sociales, Estudio Paraíso. Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2013, p. 119.



orilla de un edificio. Por increíble que parezca, cada año aumenta el número de muertes causadas por tomarse una *selfie* riesgosa y debido a eso, un grupo de investigadores está desarrollando una aplicación que previene a la gente cuando está en peligro al tomarse una foto.<sup>54</sup> Esta aplicación funciona por medio de algoritmos que reconocen lugares inseguros.

Todo es digno de exhibirse y todo puede ser documentado. Tu desayuno, tu mascota, tu último viaje, la fiesta de la noche anterior... Todo merece ser fotografiado, siempre y cuando sepas como exponerlo:

Así, fotografías que podrían ser banales o intrascendentes como un ramo de flores o una taza de café, al ser editado por los filtros y las herramientas de ajustes, pasan a la red social como una fotografía artística y legitiman a su usuario como alguien interesante, alguien de elevada estética. Lo que hace la red social es básicamente burlar la verdad a través de las instantáneas digitales construyendo una documentación artificial.<sup>55</sup>

De esto podemos resaltar tres puntos importantes. El primero es que los objetos o el paisaje no resultan tan interesantes hasta que se colocan detrás de una pantalla. Si observo un paisaje tiene un valor para mí, pero para que se vuelva más relevante hay que mediatizarlo, capturarlo y modificarlo por medio de filtros. Los filtros permiten que aunque lo que se fotografíe sea una taza de café,

---

<sup>54</sup> BBC Newsbeat, "The rise in selfie deaths and how to stop them", BBC Newsbeat, fechado 17 de noviembre de 2016, <<http://www.bbc.co.uk/newsbeat/article/38012990/the-rise-in-selfie-deaths-and-how-to-stop-them>>, [Consulta: 4 de febrero de 2017].

<sup>55</sup> García Holleyen, María, "Carlos Cruz-Diez, una experiencia fuera del museo" en Constante, Alberto (coord.), Arte en las redes sociales, Estudio Paraíso. Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2013, p. 109.

ésta resulte más interesante porque no se asemeja a la forma en la que una taza de café siempre se nos presenta, sino que a través de la pantalla se ve como un objeto nuevo y resplandeciente.

El segundo punto se refiere a la legitimación del usuario o hacer del usuario alguien más interesante porque las imágenes que comparte se salen de lo habitual y presentan cierta majestuosidad. Aunque comparta una foto de su comida, utiliza la fotografía como medio para mostrar que cualquier actividad que él realice puede llegar a ser algo que vale la pena que se exhiba.

Finalmente, la red construye una documentación artificial al capturar un momento como si hubiera sido más interesante de lo que en verdad fue. Los momentos lucen más alegres, más espectaculares y a veces hasta más refinados. Así es como por medio de la difusión de la imagen se les mostrará a los otros lo que fue el momento. Eventualmente también es como la imagen podría substituir al recuerdo, ahora archivado digitalmente. La *selfie* crea el evento. Si se está en una fiesta no se disfruta el instante en que se está ahí, sino que importa más documentar cada momento, como si el individuo sólo pudiera vivirlo a través de la cámara. Lo importante no será la fiesta, sino compartirla como una imagen en las redes sociales y creer que generará interés en los otros.

En esto radica otro de los atractivo de este tipo de foto; que las personas comunes y corrientes representen su vida como si todo en ella fuera fascinante: “Allí, la *selfie* como formato propio de estos medios iguala a ignotos y famosos, quienes pueden transmutar en excepcional una porción de lo cotidiano y hacerla

publicable”.<sup>56</sup> No sólo las personas que aparecen en el cine y en revistas son de las que los otros hablan y admiran, ya cualquiera puede ser una celebridad. Cualquier persona puede vivir su vida como si se encontrara en un *reality show*. La vida en las redes sociales puede transmitirse como un *reality show* en donde el sujeto además de ser el protagonista, también es el responsable de retratar su vida. Los otros, sus espectadores, pueden ver los lugares que visita, sus actividades y hasta sus momentos más personales “y como en un *reality*, las imágenes que más espectadores tienen son las que revelan algo íntimo”.<sup>57</sup> Lo que antes se escondía, ahora se visibiliza y se vuelve llamativo; ya no hay espacio para el ocultamiento, ahora todo queda al desnudo. La distinción entre lo que se exhibe y lo que se guarda puede suprimirse, si es que esto atrae más *followers*.

#### **4. La sociedad de la pantalla**

##### **4.1 La pantalla y el voyerismo**

En esta sociedad nos exhibimos para que nos vean y para perpetuarnos en imágenes, pero también para no caer en el anonimato. No nos preocupa que ahora los otros puedan ver nuestra intimidad, al contrario, nos preocupa no haber mostrado lo suficiente y pasar desapercibidos por eso:

La primera preocupación no es la intimidad privada sino la escenificación de sí mismo de cara al público. Quien no es visto no existe, reza la ley de la sociedad de los medios de comunicación. No es ser observado lo que se teme, sino pasar inadvertido.<sup>58</sup>

---

<sup>56</sup> Murolo, Norberto Leonardo, *op. cit.*, p. 697.

<sup>57</sup> Díaz, Yunuen, *op. cit.*, p. 99.

<sup>58</sup> Sofsky, Wolfgang, *Defensa de lo privado. Una apología* [traducción de Marciano Villanueva Salas], Pre-textos, España, 2009, p. 20.

Pero la búsqueda constante de notoriedad y sobreexposición también trae consigo una pérdida de lo privado. Al compartir imágenes sobre nuestra vida cotidiana, específicamente sobre momentos que podrían ser personales, se genera una distorsión entre las distancias. En parte porque la vida de los otros se vuelve más familiar para nosotros: podemos saber qué lugares frecuenta quienes son sus amistades, o cosas más íntimas como la manera en que se ve mientras hace ejercicio, la relación que tiene con su familia y como es su cuarto. La distinción entre lo público y lo privado no se vuelve tan evidente cuando el ámbito de lo doméstico no se queda sólo en lo doméstico, sino que se expone al otro. Podemos sentirnos tan cercanos al otro que parece que las distancias entre la vida de uno y de otro se borran. Sabemos tanto acerca de él que podemos identificarnos con sus vivencias y aprender de ellas.

Con cámaras por todos lados el voyerismo se vuelve universal. Las redes sociales incrementan las cosas que podemos ver y las posibilidades de observar la vida del otro:

El voyerismo de la vida cotidiana es mucho más significativo en las redes sociales que en la televisión porque es instantáneo y variado; posee otra ventaja, en la mayoría de los casos conocemos a las personas que publican su vida, tenemos mucho más cercanía con las historias que se escriben en la web.<sup>59</sup>

En la pantalla todo transcurre sin interrupciones, se vuelve visible y podemos observarlo cuando queramos. Nos divertimos exhibiendo nuestra vida, pero

---

<sup>59</sup> Díaz, Yunuen, *op. cit.*, p. 100.

también espiando la de la otra persona. Asimismo hay que considerar otra distorsión que consiste en que puedo ver al otro sin que sepa que yo lo estoy viendo y de la misma manera, él también puede verme a mí. La visión deja de ser recíproca y ver al otro ya no requiere la interacción física con él, sólo hay que entrar a su perfil para saber qué ha hecho recientemente.

#### **4.2 La supremacía de la pantalla y de la fotografía**

Publicamos para que los otros sepan lo que pensamos y lo que hacemos. Pero también lo hacemos porque un suceso no adquiere importancia hasta que se comparte: “Lo que no se publica no sucede, ya no sólo hace falta tener fotos, hay que ponerlas en territorio común, hay que mostrarse en los reflectores de las redes sociales, donde cada uno tiene sus instantes de fama”.<sup>60</sup> Publicar también es otorgarle un valor simbólico a lo que se difundió porque será considerado como algo valioso y relevante de acuerdo a la cantidad de veces que se comparta y los comentarios que reciba. Es un intento por adueñarse de un espacio virtual, muchas veces para recibir reconocimiento. Otras veces es un ritual que muchos realizan. Durante un concierto gran parte de los asistentes en lugar de disfrutar la experiencia están más interesados en grabar lo que sucede para poder transmitirlo en vivo en sus redes sociales. Algunos en ningún momento voltearán a ver el escenario, sino que verán todo el *show* a través de lo que muestra la pantalla de su celular:

---

<sup>60</sup> *Ibíd.*, p. 83.

El productor de fotografías instantáneas ya no puede ver el mundo si no es a través de su cámara y de las categorías del programa de la cámara; él no trasciende más la cámara, sino que es devorado por su función voraz. Se convierte en el obturador automático prolongado de la cámara; su conducta es una función automática de la cámara.<sup>61</sup>

Así, la cámara además de ser una prolongación de la vista, también se convierte en la mirada. Hacer esto es un ritual en el sentido de que cada vez que se asiste a una obra, un concierto, una fiesta u otro evento similar, se hace lo mismo: se observa el acontecimiento mediante la pantalla del celular, se graba y luego se comparte en las redes sociales porque lo que no se compartió es como si no hubiera pasado.

Las pantallas se multiplican. El cine se ha convertido en una pantalla más y la pantalla se ha reducido tanto que ya hasta se puede guardar en el bolsillo. Veneramos las pantallas y las imágenes. Hemos convertido la vida en imágenes cuyo interés radica en ser objetos de exhibición, lo cotidiano se ha transformado en fotografías y en souvenir: “La fotografía ya no solemniza un episodio de la vida, porque todo está fotografiado, nada parece escaparse a la voracidad de las cámaras”.<sup>62</sup> Todo es observado y capturado por la cámara. La fotografía ya no sólo es la manera en la que las cosas nos parecen, sino también la regla de cómo deben verse. No basta con tomarle una foto a una planta que nos llamó la atención, hay que hacer que sea lo más fotogénica posible y que parezca una imagen sacada de una revista. Vemos fotos de

---

<sup>61</sup> Flusser, Vilém, Hacia una filosofía de la fotografía [traducción de Eduardo Molina], Editorial Trillas, México, 1990, (Biblioteca internacional de comunicación), p. 54.

<sup>62</sup> Fontcuberta, Joan, *op. cit.*, p. 174.

modelos y de celebridades en las que su apariencia perfecta no es más que el producto Photoshop, pero no las cuestionamos, creemos que así es como se ven en verdad.

Las imágenes también se han convertido en el lenguaje en el que hablamos. En lugar de describir un momento que pudo haber sido significativo, como una graduación o un viaje, mejor lo almacenamos por medio de fotografías y nuestra vivencia también se la mostramos a los otros a través de estas fotografías. También a veces en lugar de explicarle al otro como me siento, mejor le mando un meme que ilustre mi estado de ánimo. Las fotografías también son palabras, son mensajes visuales que alcanzan a muchos receptores: “Nos comunicamos con fotos, y además lo hacemos con total naturalidad, como si la fotografía rebasase el estadio del texto impreso para conquistar el estadio del lenguaje oral”.<sup>63</sup> La fotografía no sólo se usa para que se entienda mejor el texto, sino que muchas veces no domina éste, sino que se vuelve un comentario o información adicional sobre la imagen. En lugar de usar textos principalmente para conversar, usamos fotografías.

#### **4.3 “Conócete a ti mismo” por “exhíbete a ti mismo”**

Nuestra atención ya no se dirige a nuestro interior, sino a la pantalla. En esta época parece que en lugar de buscar conocernos a nosotros mismos, preferimos exhibirnos:

---

<sup>63</sup> *Ibíd.*, p. 119.

¿Quién tiene tiempo ahora de conocerse? Tan llenos de distracciones como estamos, tan ocupados en la trivialidad del momento, tan ansiosos por ganar el reconocimiento inmediato y fugaz de una buena *selfie*, ¿a quién le queda tiempo para emprender el camino de conocerse a sí mismo? ¿Para qué hacerlo si es mucho más sencillo tomar videos y fotografías, condensar el estado de ánimo actual en un post de Facebook, vivir bajo la tiranía de la recompensa inmediata? ¿Quién tiene ahora el tiempo, la paciencia o la disciplina para persistir en la tarea inacabable de conocerse a sí mismo cuando a la mano y en este mismo instante está la alternativa de exhibirse a sí mismo? <sup>64</sup>

Pareciera como si ya no fuera necesario autoindagarse porque ahora un test de Facebook nos puede decir cómo es nuestra personalidad y cuáles son nuestras ambiciones secretas de acuerdo al color que nos gusta. Las redes sociales igualmente han hecho parte del trabajo de investigación porque nos sugieren artículos y videos que nos pueden gustar, posibles amigos y objetos que podríamos desear; como si incluso supieran mejor que nosotros mismos qué es lo que queremos. En vez de hacernos preguntas sobre lo que somos, mejor nos tomamos una *selfie* para mostrar lo que queremos ser. En lugar de observar y reflexionar sobre el momento en el que nos encontramos, mejor lo capturamos y después lo compartimos en las redes sociales.

Los pensamientos tampoco son sólo nuestros. En las redes podemos compartir todos los días lo que pensamos y nuestro *estado* del día. También podemos medir nuestra reacción a una noticia dentro de una escala que va de

---

<sup>64</sup> Carrillo Hernández, Juan Pablo, “¿Perdimos el ‘conócete a ti mismo’ por un ‘exhíbete a ti mismo’?”, Pijamasurf, fechado el 20 de marzo de 2017, <[http://pijamasurf.com/2017/03/perdimos\\_el\\_conocete\\_a\\_ti\\_mismo\\_por\\_un\\_exhibete\\_a\\_ti\\_mismo%E2%80%99/](http://pijamasurf.com/2017/03/perdimos_el_conocete_a_ti_mismo_por_un_exhibete_a_ti_mismo%E2%80%99/)>. [Consulta: 24 de marzo de 2017].



una cara feliz a una cara enojada. Quitamos toda barrera y compartimos hasta lo más íntimo:

La subjetividad se materializa en las redes sociales, ya no sólo se trata de un proceso intrapsíquico, las pantallas jalan hacia el exterior nuestra intimidad, lo que pensamos sobre nosotros y sobre los otros debe de aparecer en el terreno digital.<sup>65</sup>

No se trata de quién soy, sino de quién quiero ser porque en un formulario electrónico puedo poner lo que sea. Ahora lo que somos se ha convertido en lo que aparentamos ser. La forma en la que otros también llegarán a saber lo que somos será a partir de lo que publicamos.

## **5. La revolución virtual**

### **5.1 La espectacularización de la revolución**

Como se verá con mayor profundidad en el tercer capítulo, nuestra actividad en línea nos constituye como algoritmos; como sujetos calculables, predecibles y disponibles. Lo que el algoritmo de las redes sociales nos muestra es lo que cree que queremos ver, aunque muchas veces esto no sea lo que en realidad queremos ver: “Derivado de lo anterior, otro efecto de la *personalización* de los datos y las mercancías consiste en que los sujetos ya no tienen que molestarse en indagar qué es lo que quieren y necesitan, la red lo ha calculado previamente por ellos”.<sup>66</sup> Una consecuencia de recibir información tan

---

<sup>65</sup> Díaz, Yunuen, *op. cit.*, pp. 83-84.

<sup>66</sup> Pineda Saldaña, Alberto, “Aplicación sujeto. Alteraciones subjetivas en la era digital” en Constante, A. y Chaverry Soto, R. (coordinadores), World Wide Web y la formación de la subjetividad, Afínita Editorial. Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2015, p. 63.

personalizada es que las posibilidades informativas del individuo se ven reducidas. En parte porque las redes te proporcionan la información que necesitas sin tener que salir de ellas. Si quieres leer una noticia sólo basta con abrir el enlace y con aplicaciones como la de Facebook para el celular, puedes pasar horas navegando ahí, sin tener que consultar otros sitios; como si Facebook fuera todo el internet. Asimismo si en las redes sociales se juntan personas con intereses afines, la información que compartan también será similar:

Además, según algunos estudios recientes, los usuarios de Twitter y Facebook tienden a alimentar los mismos temas y los mismos contextos que sus contactos, creando lo que se conoce como “cajas de resonancia” virtuales. Esto en política es devastador, porque quiere decir que tu *feed* de Facebook o tu *timeline* de Twitter sólo te muestran contenido similar a tu propio espectro político, lo que disminuye (o niega del todo) la posibilidad de un verdadero debate democrático, donde las ideas o posiciones enfrentadas se pongan en la misma mesa.<sup>67</sup>

Si Facebook te muestra sobre todo la información que te podría interesar o con la que podrías estar de acuerdo, se podría decir que no hay un espacio de confrontación o de enfrentamiento político porque sólo estás viendo contenidos que refuerzan lo que tú ya crees.

Esto incluso trae consigo una desinformación generalizada porque se muestra sólo una versión de la historia y se puede compartir información errónea o de

---

<sup>67</sup> Pijamasurf, “Facebook arruinó la política, la privacidad y saca lo peor de nosotros mismos”, Pijamasurf, fechado el 10 de noviembre de 2016, <[http://pijamasurf.com/2016/10/facebook\\_arruino\\_la\\_politica\\_la\\_privacidad\\_y\\_saca\\_lo\\_peor\\_de\\_nosotros\\_mismos/](http://pijamasurf.com/2016/10/facebook_arruino_la_politica_la_privacidad_y_saca_lo_peor_de_nosotros_mismos/)>. [Consulta: 4 de febrero de 2017].

fuentes poco fiables y hasta causar un pánico colectivo por rumores que están circulando en la red. Pareciera como si ya no necesitáramos informarnos de todo lo que sucede si se puede buscar específicamente lo que queremos saber, o si podemos compartir artículos sin necesidad de leerlos por completo:

El botón de “*share*” en Facebook cambió -¿tal vez para siempre?- esta dinámica, pues el contenido tiende a abordar más superficialmente los temas, los debates se limitan a intercambiar insultos con extraños, y al compartirlos no siempre se busca que otros usuarios aprendan, sino que es una práctica común compartir cosas para que tus contactos vean lo *list@ /trendy* que eres.<sup>68</sup>

Se puede opinar de lo que los demás están opinando sin necesidad de estar informado porque sólo se requiere de un *hashtag* para participar en la discusión. Por eso en redes sociales como Twitter la información relevante no es necesariamente la más importante, por ejemplo podría haber más información sobre el vestido de una actriz de cine que sobre un desastre natural, sólo porque hay más personas hablando de lo primero.

Ahora el entretenimiento y el espectáculo predominan sobre instruir. Mientras más escandalosa y extravagante sea una noticia, más interesará a las personas:

La construcción de un presente en el cual la moda misma, desde la ropa hasta los cantantes, se ha inmovilizado, un presente que quiere olvidar el pasado y que ya no da la impresión de creer en un porvenir, se obtiene mediante el incesante tránsito circular de la información, que vuelve a cada instante sobre una lista muy sucinta de las mismas

---

<sup>68</sup> *Ídem.*

sandeces que se anuncian apasionadamente como noticias importantes; mientras que sólo raras veces se transmiten, como a tirones, las noticias verdaderamente importantes, relativas a lo que cambia efectivamente.<sup>69</sup>

La información sólo dura un lapso fugaz porque perdura en lo que llega otra noticia insólita que la sustituya. Somos consumidores de información, devoramos contenido tras contenido, muchas veces sin una perspectiva crítica o sin dudar de él, y después lo expulsamos. Podemos fingir que sabemos mucho, sin saber en realidad. Acumulamos datos, pero no los escudriñamos y no buscamos conocer las cosas a profundidad. Podemos tener mucha información, ¿pero de qué sirve si no podemos aplicarla o generar algo nuevo con ella?

Al igual que parecía que tener acceso a más información podía hacernos personas más informadas, también parecía que el acceso a nuevos medios tecnológicos nos ofrecería más armas para la rebelión. En breve analizaré lo cierto y lo cuestionable de esta afirmación, pero por ahora me enfocaré en el desplazamiento de la protesta en las calles a la protesta virtual.

Esta protesta es la que está descentrada del espacio público y se inserta en un ámbito más íntimo. Ahora desde la comodidad de su casa el usuario puede saber lo que pasa, compartir información o firmar una protesta: “Somos ciudadanos digitales pero nuestras responsabilidades se limitan a reenviar información, a hacer clic para revisar contenidos o perseguir y amenazar

---

<sup>69</sup> Debord, Guy, Comentarios sobre la sociedad del espectáculo [traducción de Luis A. Bredlow], Anagrama, España, 1999, p. 25.

políticos en lugar de construir y fortalecer nuestras instituciones”.<sup>70</sup> Si se quiere un cambio ya no se necesita salir a la calle y exponer nuestro cuerpo, sino que se puede insultar o quejarse en línea y sin necesidad de movernos. Como si ahora la manera más efectiva de resolver los problemas políticos fuera firmando una petición en Change.org.

Cuando tenemos frente a nosotros una fotografía, por ejemplo de la situación en Siria, muchas veces sólo le damos un *like*, la comentamos o la compartimos como si así fueran a mejorar las cosas: “De esta manera, tenemos la impresión de haber reaccionado a la escena. Los vestigios de materialidad que se adhieren a las fotografías dan la impresión de que podemos actuar históricamente con ellas”.<sup>71</sup> Se prefiere darle un *me gusta*, en lugar de buscar una solución que efectivamente vaya a ayudar al otro.

Incluso la finalidad política que ofrecían las redes sociales, por ejemplo para organizar marchas o eventos, se comienza a banalizar cuando las personas las utilizan para organizar eventos absurdos. Aunque muchos de estos eventos nunca se llevan a cabo y son bromas (como que se reviva a un personaje famoso), en el 2016 el evento de “Si Leonardo DiCaprio gana el Óscar, ¡Nos vamos al Ángel!”, no sólo contó con 22.290 asistentes en Facebook, sino que

---

<sup>70</sup> Bras Ruiz, Ismene Ithaí, “Paradojas de la sociedad de la información y el conocimiento: tres falsas promesas del uso de la red” en Constante, A. y Chaverry Soto, R. (coordinadores), World Wide Web y la formación de la subjetividad, Afinita Editorial. Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2015, p. 111.

<sup>71</sup> Flusser, Vilém, *op. cit.*, p. 55.

efectivamente muchas personas asistieron al Ángel de la Independencia tras el triunfo de DiCaprio.<sup>72</sup>

Otro caso polémico fue el del comercial que Pepsi lanzó en el 2017 y que debido a la enorme cantidad de críticas y burlas que recibió en las redes sociales, tuvo que ser retirado algunas horas después.<sup>73</sup> En este comercial se ve a la modelo Kendall Jenner en una sesión de fotos mientras un grupo de manifestantes pasa a su lado, luego uno de los manifestantes la invita a unirse y ella participa hasta encabezar la marcha. Casi al final del comercial, la modelo le ofrece una Pepsi a uno de los policías, lo cual lo alegra y todos celebran. El momento en que se enfrenta al policía como si fuera a oponerse a él mas sin tocarlo, inevitablemente recuerda a fotografías como *Flower Power* de Bernie Boston, en la que en una protesta contra la guerra de Vietnam un manifestante coloca una flor en el rifle de un hombre armado. Pero en este video no tenemos a un sujeto anónimo captado durante un acto genuino, sino a una celebridad conocida por aparecer en un *reality* televisivo, revistas y por tener muchos seguidores en Instagram; posando para un comercial que simula unir a las personas. Esta vez no se entrega una flor, sino un objeto de consumo que además ha adquirido una función mágica porque una vez que se bebe, los disturbios se calman. Hoy en día hasta los movimientos sociales se han

---

<sup>72</sup> El Universal, "Celebran en el Ángel triunfo de DiCaprio en los Oscar", El Universal, fechado el 29 de febrero de 2016, <<http://www.eluniversal.com.mx/articulo/espectaculos/cine/2016/02/29/celebran-en-el-angel-triunfo-de-dicaprio-en-los-oscar>>. [Consulta: 22 de marzo de 2017].

<sup>73</sup> Nicholson, Rebecca, "From Coke's flower power to Kendall Jenner's Pepsi ad- how ads co-opt protest", The Guardian, fechado el 5 de abril de 2017, <<https://www.theguardian.com/business/2017/apr/05/from-cokes-flower-power-to-kendall-jenners-pepsi-ad-how-ads-co-opt-protest>>, [Consulta: 24 de abril de 2017].

trivializado. La revolución ya no sólo se mediatiza, sino que se vuelve un espectáculo y la protesta se convierte en publicidad. Hasta la revolución produce mercancías.

### **5.1.2 La violencia**

Medios como las redes sociales permiten seguir en tiempo real lo que está sucediendo. Para Paul Virilio no sería la tele-realidad la que fabrica el acontecimiento, pero sí la que lo unifica, en el sentido de que todas las personas pueden ver lo mismo. No sólo se pretende que se sincronice lo que se observa sino que también las emociones y la estandarización de opiniones:

En adelante con la revolución informativa, esa calibración de la opinión pública, esa estandarización políticamente correcta ya no alcanzan, hay que añadirles la sincronización emocional de las multitudes, en la cual el terror debe de ser sentido instantáneamente por todos, en todas partes a la vez, aquí y allá, a escala de una totalidad global.<sup>74</sup>

Con la información transmitida en tiempo real las emociones se sincronizan ya que las imágenes mentales son las mismas para la multitud y el temor televisado es infligido a todos y a cada uno en el mismo instante. Virilio hablará de la administración del miedo para referirse a que el miedo ya no se sitúa en un lugar específico o se asocia con acontecimientos particulares, sino que ahora se difunde mediáticamente y es el medio ambiente. Hay una inseguridad permanente y el miedo dirige nuestras acciones.

---

<sup>74</sup> Virilio, Paul, Ciudad Pánico. El afuera comienza aquí [traducción de Iair Kon], Libros del Zorzal, Argentina, 2006, p. 58.

Sin embargo, también sucede que la exhibición de una sola gran imagen repetida una y otra vez ya no nos genera tanto impacto porque ya hemos visto tantas escenas bélicas y tanta destrucción que ya nos hemos familiarizado con ellas. Todos estamos expuestos a la violencia y podemos encontrarla en la televisión, en el cine, el periódico y hasta en las páginas que circulan en Facebook sobre peleas callejeras o accidentes fatales sin censura. Pero,

el problema no es entonces que la violencia esté ahí, visibilizada, sino que ella se ha hecho parte de nuestra cotidianidad de tal manera que ha atravesado el ámbito de lo privado. Estamos ante la violencia convertida en espectáculo. Quizá por ello la visibilización de la violencia, porque con su presentación desnuda lo que se va obturando es nuestra capacidad de asombro, de distinción, de valoración, no nos permite advertir su banalización.<sup>75</sup>

Las imágenes nos pueden resultar indiferentes o ya no nos afectan tanto porque creemos que las feroces escenas frente a nuestros ojos son falsas, montadas o actuadas. O que ya no hay que preocuparnos porque lo que vemos sólo es una fotografía.

## **5.2 “La revolución será tuiteada”**

Después de las elecciones presidenciales de junio en 2004 en Irán, en ciudades como Teherán se realizaron protestas contra el supuesto fraude electoral. Esta revolución también llegó a ser considerada como la Revolución de Twitter ya

---

<sup>75</sup> Constante, Alberto, “La violencia de las redes o la banalización de la violencia” en Constante, Alberto (coord.), Violencia en las redes sociales, Estudio Paraíso. Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2013, p. 122.



que las redes sociales adquirieron un papel preponderante en la transmisión de la información, tanto para mantener a los manifestantes unidos, como para informarle al resto del mundo lo que estaba ocurriendo. Sobre todo después de que las autoridades bloquearon sitios de internet y quitaron los sistemas telefónicos que los opositores usaban para comunicarse.<sup>76</sup> Sin Twitter las personas fuera de Irán sólo hubieran sabido que un candidato que perdió protestó porque hubo fraude, en vez de todas las revueltas que hubo posteriormente. Como muchos periodistas fueron obligados a abandonar el país y con tantos sitios bloqueados, tal vez sin Twitter las personas no hubieran sentido que tenían otra herramienta para alzar la voz y hacerse escuchar. Fue tal el peso de Twitter en la revolución que incluso hasta hubo personas que consideraron que Twitter merecía ganar el premio Nobel de la Paz porque sin este medio las personas no hubieran tenido la confianza de poder levantarse y luchar por la democracia y la libertad, sabiendo que su pasión no sólo resonaba en las calles, sino con personas alrededor del mundo viéndolas.<sup>77</sup> Esta revolución mostró que no es tan sencillo frenar a la gente porque hay otras maneras para transmitir su mensaje y que inclusive llegue a otros países. Es cierto que Twitter desafió al régimen de censura porque no es un sitio tan fácil de bloquear y además se está actualizando constantemente. Asimismo permitió que los ciudadanos se organizaran y se informaran de la presencia de cuerpos de seguridad.

---

<sup>76</sup> The Washington Times, "EDITORIAL: Iran's Twitter revolution", The Washington Times, fechado el 16 de junio de 2009, <<http://www.washingtontimes.com/news/2009/jun/16/irans-twitter-revolution/>>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

<sup>77</sup> Véase Pfeifle, Mark, "A Nobel Peace Prize for Twitter?", *The Christian Science Monitor*, fechado el 6 de julio de 2009, <<http://www.csmonitor.com/Commentary/Opinion/2009/0706/p09s02-coop.html>>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

Incluso en México las redes sociales posibilitan movilizar a más personas; por ejemplo en una red social se pueden establecer el día, la hora y la ruta a seguir en una marcha. También amplían las noticias que se comparten y “los contenidos se juzgan en tiempo real y ya no existe un monopolio absoluto de las industrias culturales y de los medios masivos”.<sup>78</sup> Es decir, hay información de diferentes fuentes sobre lo que está pasando. Las redes sociales pueden documentar lo que verdaderamente pasó y oponerse a la “versión oficial” (entendida como la que se acepta como la real, aunque muchas veces se encuentra censurada y sólo se muestra una parte de la historia). En la televisión pocas veces se muestra a los policías agrediendo a los manifestantes, pero con las redes sociales se puede reportar si se detiene a alguien, pedir ayuda y difundir la información que callan los medios oficiales. Antes para causar daño se necesitaba una fortuna o un buen nombre, ahora lo único que se necesita es una buena conexión a internet.<sup>79</sup> También son una especie de atajo porque te permiten acceder al instante a muchas fotos y videos de las protestas, acompañados de la información más relevante. Aunque esto no siempre garantiza que aparezca toda la información que es necesario saber y en su contexto. Asimismo, a través de ellas se pueden generar movimientos masivos de solidaridad como juntar dinero para pagar el tratamiento de un niño con cáncer o donar dinero para los afectados por un terremoto. Hasta los regímenes autoritarios se han percatado de su gran influencia y es por eso que

---

<sup>78</sup> Lago Martínez, Silvia (comp.), Ciberespacio y resistencias. Exploración en la cultura digital, Hekht Libros, Argentina, 2012, (Colección ACÁ y AHORA), p. 138.

<sup>79</sup> Morozov, Evgeny, “Iran: Downside to the “Twitter Revolution””, *Dissent Magazine* 56(4), septiembre 2009, pp. 10-14, Consultado en: <[https://www.evgenymorozov.com/morozov\\_twitter\\_dissent.pdf](https://www.evgenymorozov.com/morozov_twitter_dissent.pdf)>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

buscan bloquearlas o censurar parte de su contenido cuando hay un problema. Sin embargo, muchas veces el papel de las redes sociales y el poder que tienen ha sido exagerado.

Se sobrestima el alcance que tienen. Si en un evento en Facebook dice que van a asistir miles de personas, tal vez ni lleguen la mitad. Otra cosa que se olvida es que no todas las personas tienen Facebook o Twitter, es más, de hecho la mayor parte de las personas en el planeta ni tienen acceso a internet. Pueden llegar a un gran grupo de personas, pero no a cada habitante de la Tierra. También, como se había mencionado antes, sólo compartir información no garantiza que vaya a haber un gran cambio social.

A veces sólo vemos su lado útil y efectivo y olvidamos su contraparte. En el caso de Irán, el gobierno pudo saber rápidamente quienes eran los que organizaban las protestas y la información que compartían, tan sólo con ver lo que estaban publicando. Como menciona Evgeny Morozov, antes los regímenes torturaban para obtener este tipo de información; mientras que ahora está disponible en Facebook, compartida de manera voluntaria y sin una presión externa.<sup>80</sup> Estas plataformas le permiten al gobierno recolectar información sobre como los líderes de la revolución están conectados, saber la identidad de las personas que participan en las protestas y ver su perfil. No sólo de los líderes, sino que a través de lo que publica cualquier persona común y corriente y de sus mensajes, se puede saber de sus preferencias políticas, si es sospechoso o si está relacionado con un criminal.

---

<sup>80</sup> *Ídem.*

Según Morozov sólo sería posible una verdadera revolución de Twitter si el Estado fuera completamente ignorante sobre la información que se intercambia.<sup>81</sup> Sin embargo, lo que los Estados han hecho es sacarle provecho a la información que está en línea. La información que compartimos en las redes sociales creyendo que así podríamos reforzar una amistad o exponer nuestro punto de vista, posteriormente puede ser utilizada en nuestra contra.

---

<sup>81</sup> *Ídem.*

### **Capítulo III. De las sociedades disciplinarias a las sociedades de control y el hombre como algoritmo**

El tema principal de este capítulo es el de las sociedades de control. Comenzaré por analizar cómo es que se pasa de las sociedades disciplinarias de las que hablaba Michel Foucault a las sociedades de control que plantea Gilles Deleuze en su texto *Post-Scriptum sobre las sociedades de control*. Una vez aclarado qué se entiende por sociedades de control, analizaré cómo desde las redes sociales estamos inmersos en ellas. En las sociedades de control el control es continuo y la comunicación instantánea, en las redes sociales los usuarios están permanentemente conectados y compartiendo información, que posteriormente puede ser usada para ofrecerles publicidad personalizada o hasta para que una compañía de seguros sepa si le conviene asegurarte. En la sociedad de control el sujeto se convierte en una cifra, en las redes sociales el comportamiento del hombre se vuelve algo predecible y controlable, un algoritmo. Para concluir, examinaré algunas propuestas para escapar del control.

#### **1. De las sociedades disciplinarias a las sociedades de control**

##### **1.1. Las sociedades disciplinarias**

Las sociedades disciplinarias se sitúan entre los siglos XVIII y XIX y tuvieron su apogeo en el siglo XX. En una sociedad disciplinaria ya no se castiga principalmente para reestablecer el poder del soberano. El soberano era el que tenía el poder de decidir sobre la muerte, es decir si mataba o dejaba vivir, y la ley era su voluntad. Hasta que aparece un nuevo tipo de poder; el biopoder, que decide sobre la manera de hacer vivir y sobre el cómo de la vida:

En el antiguo sistema, el cuerpo de los condenados pasaba a ser cosa del rey sobre la cual el soberano imprimía su marca y dejaba caer los efectos de su poder. Ahora, habrá de ser un bien social, objeto de una apropiación colectiva y útil.<sup>82</sup>

Este poder regulador se enfoca en el hombre como ser viviente: en la población, en la natalidad, la morbilidad y los efectos del medio. El biopoder no es lo mismo que la disciplina porque éste se enfoca en una multiplicidad de hombres de manera numérica, como cuerpos que pueden ser medidos; mientras que la disciplina individualiza, se aplica a cuerpos particulares. El primero se dirige a la población y busca gestionar sus procesos biológicos y tener un control sobre los acontecimientos aleatorios que pueden producirse; y la segunda se aplica por medio de la vigilancia, la normalización y el castigo. En una sociedad disciplinaria cuando el cuerpo es castigado ya no se le exhibe para que todos vean el poder del soberano y el daño que puede hacer, sino que pierden un bien o un derecho. Los castigos ya no son sangrientos ni violentos ni un espectáculo, más bien corrigen al infractor o lo encierran.

Las sociedades disciplinarias buscan moldear los cuerpos y las subjetividades, homogeneizar y adiestrar: “A estos métodos que permiten el control minucioso de las operaciones del cuerpo, que garantizan la sujeción constante de sus fuerzas y les imponen una relación docilidad-utilidad es a lo que se puede llamar “disciplina” ”.<sup>83</sup> Busca la adecuación a las normas y meter todo dentro de la ley, incluso la anomalía y el que quebranta la ley caben dentro de la

---

<sup>82</sup> Foucault, Michel, Vigilar y castigar. El nacimiento de la prisión [traducción de Aurelio Garzón del Camino], 2ª edición, Siglo XXI, México, 2009, (Criminología y derecho), p. 127.

<sup>83</sup> *Ibíd.*, p. 159.

regla. De las tareas buscan extraer o producirse un efecto útil, es decir, componer una fuerza productiva.

La disciplina no se identifica ni con una institución ni con un aparato, por ser un tipo de poder lo que hace es atravesar todos los aparatos e instituciones para unirlos y configurarlos de una nueva manera. Pero opera mediante la organización de grandes instituciones de encierro como la fábrica o la escuela:

El individuo pasa sucesivamente de un círculo cerrado a otro, cada uno con sus leyes: primero la familia, después la escuela (“ya no estás en tu casa”), después el cuartel (“ya no estás en la escuela”), a continuación la fábrica, cada cierto tiempo el hospital y a veces la cárcel, el centro de encierro por excelencia.<sup>84</sup>

Estas instituciones buscan que el individuo se normalice y su sujeción a la norma. En la cárcel el poder se manifestará en sus dimensiones más excesivas y se justificará porque el que está ahí es por haber cometido un delito. El tema central para Foucault no es el de los medios de reclusión en sí, sino lo que posibilitan. En estos medios se hacen visibles la segregación, el control, las relaciones de fuerza y los procesos de subjetivación.

### **1.1.2. El disciplinamiento de los cuerpos**

La disciplina se define por las relaciones que el cuerpo debe de tener con el objeto y también cómo deben de distribuirse espacialmente los cuerpos. El poder disciplinario ordena el cuerpo y le dice cómo debe de conducirse:

---

<sup>84</sup> Deleuze, Gilles, “Post-scriptum sobre las sociedades de control” en *Conversaciones 1972–1990* [Traducción de José Luis Pardo], 2ª edición, Pre-textos, España, 1996, p. 277.

En resumen, puede decirse que la disciplina fabrica, a partir de los cuerpos que controla, cuatro tipos de individualidad, o más bien, una individualidad que está dotada de cuatro características: es celular (por el juego de la distribución espacial), es orgánica (por el cifrado de las actividades), es genética (por la acumulación del tiempo), es combinatoria (por la composición de fuerzas).<sup>85</sup>

La ley se escribe en los cuerpos y moldea su conducta. Por medio de actos de repetición, al ser corregido una y otra vez y al ser comparado con los otros (aquellos que sí saben actuar dentro de la norma), el sujeto aprende la manera en la que debe de desenvolverse y los comportamientos que se consideran correctos. El control disciplinario además de enseñar gestos definitivos, impone el buen empleo del cuerpo para que haga un empleo productivo del tiempo. El tiempo no debe de ser desperdiciado ni dedicado al ocio, sino que debe de ser usado para obtener una utilidad o un provecho. La funcionalidad del cuerpo es reducido a un instrumento que sirve a intereses económicos y políticos:

Este cerco político del cuerpo va unido, en función de relaciones complejas y recíprocas, a la utilización económica del cuerpo; el cuerpo, en una buena parte, está imbuido de relaciones de poder y de dominación, como fuerza de trabajo sólo es posible si se halla inmerso en un sistema de sujeción (en el que la necesidad es también un instrumento político cuidadosamente dispuesto, calculado y utilizado).<sup>86</sup>

Cuando el cuerpo es dócil, es decir que está adiestrado y domesticado, a la vez que es fructífero, es cuando se convierte en una fuerza útil. La disciplina tiene una

---

<sup>85</sup> Foucault, Michel, *op. cit.*, p. 195.

<sup>86</sup> *Ibíd.*, p. 35.



doble función: adiestra a los cuerpos para que sean obedientes, pero a la vez incrementa las fuerzas corporales con fines económicos.

Por ejemplo, en la fábrica la disciplina requiere de la vigilancia para asegurarse de que los obreros estén haciendo el trabajo que les corresponde. Se requiere de un dispositivo que esté constantemente mirando o al menos que le genere a las personas la impresión de que siempre están siendo observadas. Para Foucault la disciplina supone un dispositivo que coacciona mediante el juego de la mirada, en donde las técnicas que permiten ver inducen efectos de poder y en las que los medios de coerción se hacen visibles sobre los que se aplican. La mirada ajena vigila cada uno de los pasos del sujeto y se asegura de que su cuerpo constantemente sea una fuerza dispuesta a laborar. Así, la disciplina le otorga al individuo un número para identificarlo y medirlo, pero también busca hacer con todos un cuerpo uniforme que se mueve según las órdenes del patrón. Aunque el patrón también se encuentra imbricado en el mecanismo disciplinario al representar el papel que le corresponde; el que vigila y le dice a los demás qué hacer. Los individuos se hallan cuidadosamente fabricados de acuerdo a las tácticas de un poder que los toma a la vez como objetos y como instrumentos que utiliza para sus fines.

### **1.1.3. El poder y el dispositivo**

El poder no es intrínseco al aparato del Estado ya que el Estado no es el origen del poder y tampoco es el lugar donde se localiza. No es algo que posea la clase dominante ni que se adquiera, se comparta o se intercambie, sino que atraviesa todas las instituciones y los aparatos estatales. No es algo que se posee sino que

se ejerce, no es una propiedad sino una estrategia. El poder no se agota y todo el cuerpo social es un complejo de relaciones de poder, que pasan tanto por los dominados como por los dominantes.

El poder no debe de expresarse sólo en términos negativos, como que reprime, excluye y censura; sino que también produce, suscita, incita y se transforma. A grandes rasgos, el poder es una multiplicidad de dispositivos, tácticas y mecanismos que intervienen en el campo de acción del otro y en el dominio de sus comportamientos:

Me parece que por poder hay que comprender primero la multiplicidad de las relaciones de fuerza inmanentes y propias del campo en el que se ejercen, y que son constitutivas de su organización; el juego que por medio de luchas y enfrentamientos incesantes las transforma, refuerza, las invierte; los apoyos que dichas relaciones de fuerza encuentran las unas con las otras, de modo que formen cadena o sistema, o, al contrario, los desniveles, las contradicciones que aíslan a unas de otras; las estrategias, por último, que las toman efectivas, y cuyo dibujo general o cristalización institucional toma forma en los aparatos estatales, en la formulación de la leyes, en las hegemonías sociales.<sup>87</sup>

El poder no tiene forma y sólo existe al efectuarse. Al aplicarse sobre los otros se ejerce a partir de innumerables puntos que vienen de todas partes y están en todas partes, por lo que no hay una relación general de las relaciones de poder; “en resumen, el poder carece de homogeneidad, pero se define por las singularidades, los puntos singulares por los que pasa”.<sup>88</sup> El poder no se concentra

---

<sup>87</sup> Foucault, Michel, Historia de la sexualidad. 1. La voluntad de saber [traducción de Ulises Guiñazú], 3ª edición, Siglo XXI, México, 2011, pp. 86-87.

<sup>88</sup> Deleuze, Gilles, Foucault [traducción de José Vázquez Pérez], Paidós, España, 1987, p. 51.

en un punto sino que va de un punto a otro. El poder es el conjunto de las relaciones de fuerza y éstas siempre se encuentran en relación con otras fuerzas. Pasa por los dominados y también por los que dominan, además cada una tiene el poder de afectar a otras y de ser afectada. El ejercicio del poder se expone en el cuerpo, ocupa el cuerpo y circula a través de él.

El dispositivo es la red homogénea que se establece entre discursos, instituciones, leyes, medidas administrativas, etcétera. Es un conjunto de estrategias de relaciones de fuerza y está ligado a los límites del saber, “el dispositivo siempre tiene una función estratégica concreta y siempre se inscribe en una relación de poder”.<sup>89</sup> Manipula las relaciones de fuerza, ya sea al dirigir las a una dirección en particular o al bloquearlas. Los dispositivos también subjetivan (en el sentido de producir un sujeto), determinan y controlan las conductas y los discursos.

## **1.2. Las sociedades de control**

Las sociedades disciplinarias entran en crisis y las instituciones de encierro comienzan a reformarse. Lo que comienza a instaurarse son nuevos mecanismos de dominación a los que Gilles Deleuze llama sociedades de control. No es que Foucault no hubiera pensado esto antes, de hecho él fue de los primeros en detectar que estábamos saliendo de las sociedades disciplinarias, pero Deleuze hizo una descripción detallada de estas nuevas sociedades en el texto de *Post-Scriptum sobre las sociedades de control*.

---

<sup>89</sup> Agamben, Giorgio, *¿Qué es un dispositivo? Seguido de El amigo y de La Iglesia y el Reino* [traducción de Mercedes Ruvitoso], Anagrama, España, 2015, p. 11.

Las sociedades de control no funcionan mediante el encierro, sino por medio de un control continuo y una comunicación instantánea: “El control se ejerce a corto plazo y mediante una rotación rápida, aunque también de forma continua e ilimitada, mientras que la disciplina tenía una larga duración, infinita y discontinua”.<sup>90</sup> En las sociedades disciplinarias se iba pasando de una institución a otra, en las de control nunca se termina nada. Del hombre confinado a las paredes de las instituciones se pasa al hombre endeudado, al consumidor desenfrenado que nunca logra saldar su deuda.

Las sociedades de control actúan mediante modalidades digitales, máquinas informáticas y dispositivos que operan con velocidad y en corto plazo. En las sociedades disciplinarias el individuo era una marca o un número, en las de control es una cifra. La cifra es una contraseña que le da acceso a ciertos lugares, le permite comprar y lo identifica de otros individuos: “Ya no estamos ante el par “individuo–masa”. Los individuos han devenido “dividuales” y las masas se han convertido en indicadores, datos, mercados o “bancos” ”.<sup>91</sup> El hombre se ha convertido en una cifra, en una serie de datos de los que se puede extraer información con fines económicos, para saber venderle mejor. Así, el marketing será un nuevo instrumento de control.

En una sociedad de control los muros de las empresas se derrumban, los hombres se acercan más y se mantienen constantemente conectados. Por medio del celular o la computadora los individuos pueden ser monitoreados y localizados.

---

<sup>90</sup> Deleuze, Gilles, “Post–scriptum sobre las sociedades de control” en Conversaciones 1972–1990 [Traducción de José Luis Pardo], 2ª edición, Pre–textos, España, 1996, p. 284.

<sup>91</sup> *Ibíd.*, p. 281.

### 1.3. El Panóptico

El Panóptico es una arquitectura carcelaria cuya principal característica es que se puede observar la totalidad de la superficie desde un punto y sin que las personas sepan si están siendo observadas o no. Esto genera que los detenidos tengan la impresión de que permanentemente están siendo vigilados y que ninguna de sus acciones escapa del ojo del vigilante:

De ahí el efecto mayor del Panóptico: inducir en el detenido un estado consciente y permanente de visibilidad que garantiza el funcionamiento automático del poder. Hacer que la vigilancia sea permanente en sus efectos, incluso si es discontinua en su acción.<sup>92</sup>

El vigilado no puede ver al que lo vigila en ningún momento, pero siempre siente que su figura elevada está presente, por lo que debe de mantener el orden. La ventaja del Panóptico es que el poder se puede ejercer fácilmente, de manera continua y se reducen el número de individuos que lo ejercen porque con una mirada se puede vigilar a muchos.

Hoy en día ya no se requiere del edificio del Panóptico para vigilar, sino que éste permanece incorpóreo y amplía su alcance, por ejemplo en las redes sociales donde los individuos pueden ver a los otros sin ser vistos y a su vez ellos pueden ser vistos sin saberlo. La vigilancia está en todas partes y afecta a todos por igual, incluso a los que vigilan. Ni políticos ni funcionarios públicos quedan exentos de ella porque un comentario inadecuado que hagan y que quede registrado, puede ser motivo de despido.

---

<sup>92</sup> Foucault, Michel, Vigilar y castigar. El nacimiento de la prisión [traducción de Aurelio Garzón del Camino], 2ª edición, Siglo XXI, México, 2009, (Criminología y derecho), p. 233.

#### **1.4. La velocidad absoluta**

Para Paul Virilio mientras más aumenta la velocidad, el control en tiempo real reemplaza al entorno mismo. Es decir, la velocidad además de afectar nuestra percepción del tiempo también afecta el ordenamiento en el espacio y con mayor velocidad los cuerpos se aproximan y el ordenamiento tradicional de un territorio se ve reemplazado por el control del medio ambiente en tiempo real; a esto Virilio lo llamará “la revolución de las transmisiones”. Esto implica que a mayor velocidad, más efectivo será el control sobre el territorio. Así, la velocidad también se relaciona con el ejercicio del poder. Mientras mayor sea la velocidad del movimiento, el control del entorno es permanente y se hace omnipresente. El mundo parece estar constantemente vigilado, como si siempre hubiera un ojo múltiple que observa todo:

Sí, pues lo propio de la velocidad absoluta es ser también poder absoluto, control absoluto, instantáneo, es decir, un poder casi divino. Hoy en día, hemos puesto en práctica los tres atributos de lo divino: la ubicuidad, la instantaneidad y la inmediatez; la visión total y el poder total.<sup>93</sup>

En esta nueva visión del mundo telepresente, la información es transmitida con mayor velocidad, las distancias se reducen y las personas se encuentran permanentemente conectadas.

---

<sup>93</sup> Virilio, Paul, El Ciber mundo, la política de lo peor. Entrevista con Phillippe Petit [traducción de Mónica Poole], Cátedra, España, 1997, (Colección Teorema), p. 19.

## **2. ¿Qué sabe Facebook de ti?**

Mientras más incorporamos la tecnología a nuestras vidas, menos nos detenemos a pensar en sus consecuencias. La tecnología se vuelve una parte tan imprescindible de nuestra vida que muchas veces no nos percatamos de que está ahí y no nos imaginamos cómo sería nuestra existencia sin ella. Nos conectamos a una red social y publicamos fotos de lo que hicimos ese día o compartimos nuestra ubicación, sin cuestionarnos quién podría ver esa información, además de nuestros conocidos, y con qué fines podría ser usada. Cada vez que nos conectamos proporcionamos datos sobre nosotros. Sin que nos obliguen revelamos nuestras preferencias y dejamos registro de nuestras acciones: “no es sólo que sepan todo sobre nosotros, lo peor es que sepan todo porque somos formados en los juegos que ellos nos proporcionan gratis”.<sup>94</sup> No vivimos en un mundo autoritario, sino en un mundo controlado por la seducción; controlar a través del entretenimiento es más barato y requiere menos violencia.

### **2.1. Toda tu vida está en la red**

En primera instancia podría sonar como una exageración que para algunas personas toda su vida se encuentra en línea. Pero no resulta exagerado si se considera que para alguna gente, como los nativos digitales<sup>95</sup>, internet ha estado siempre presente en sus vidas. Incluso para algunos antes de nacer, sus papás comparten en las redes sociales su primer ultrasonido o hasta les crean un perfil.

---

<sup>94</sup> Potel, Horacio, “Instante programado Instagram, texto instantáneo, repetición y acontecimiento” en Constante, Alberto (coord.), Arte en las redes sociales, Estudio Paraíso. Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2013, p. 125.

<sup>95</sup> Los nativos digitales son hombres y mujeres que nacieron después de 1980, que han crecido y se han formado con internet y que tienen mayor facilidad para la tecnología.

Sin dificultad se pueden averiguar nuestros hábitos, nuestras preferencias, los lugares a los que vamos y con quién estamos; nos hemos vuelto transparentes:

Todo lo que somos, todo lo que deseamos, todos nuestros sueños, nuestras dudas, toda nuestra curiosidad bien dotada y también la malsana, todo nuestro ser expuesto a la comunidad humana queda atrapada y a disposición de esa gran autopista informática que es internet, sus redes sociales, su vigilancia y control, finalmente, está ahí y ahora a disposición de cualquiera. Todo está expuesto.<sup>96</sup>

Esta información que vamos dejando en las redes sociales es una constancia de lo que somos parcialmente, pero lo suficiente para convertirnos en sujetos predecibles y controlables.

## **2.2. El sujeto disponible y visible**

Como se vio anteriormente, una de las características de las sociedades de control es que los hombres se encuentran constantemente conectados y pueden ser monitoreados y localizados. Estar en internet y estar en las redes sociales nos vuelve localizables porque los sitios obtienen información del lugar en el que estamos. En las redes sociales es todavía más fácil porque a veces compartimos nuestra ubicación o aparecemos como *conectados*:

Apenas intuimos que en cuanto nos conectamos a internet en automático nos hemos convertido en medios de comunicación en

---

<sup>96</sup> Constante, Alberto, "Deep Web: Entre lo público y lo privado. Las zonas profundas" en Constante, A. y Chaverry Soto, R. (coordinadores), World Wide Web y la formación de la subjetividad, Afínita Editorial. Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2015, pp. 139-140.



potencia, en puntos de geolocalización, en centros difusores de palabras, actitudes, sensaciones, deseos, valores, en bancos de datos, en marco referencial de sueños y deseos que se codifican para tratar de satisfacer este imaginario siempre insatisfecho.<sup>97</sup>

Además se vuelve más fácil localizar a alguien porque se le pueden mandar mensajes o hablar de manera gratuita, como sucede con Facebook.

La posibilidad de permanecer oculto y fuera del alcance de las redes de poder se reduce cuando el sujeto está disponible y conectado todo el tiempo, “ya ni siquiera se necesitan videocámaras cuando cada persona lleva consigo un carné de identidad con el que se puede comprobar dónde se encuentra en cada momento”.<sup>98</sup> Estar en la red nos hace visibles y observables, sin que nosotros sepamos quién nos está espiando.

### **2.3. Qué pasa con tu información**

¿Se puede desaparecer de las redes? Es decir, cambiar nuestra identidad o eliminar todo registro de que alguna vez estuvimos ahí, por ejemplo en Facebook. Cuando te registras en Facebook aceptas que tu información ahora le pertenece. Las políticas de privacidad de Facebook dicen que al usar esta red estás accediendo a que tu información pueda ser utilizada con fines jurídicos o proporcionada al gobierno.<sup>99</sup> También que aunque elimines o actualices tu información, Facebook por un tiempo guarda una copia de la versión previa. Así

---

<sup>97</sup> Constante, Alberto y Chaverry, Ramón, “Introducción” en *Ibíd.*, p. 11.

<sup>98</sup> Sofsky, Wolfgang, Defensa de lo privado. Una apología [traducción de Marciano Villanueva Salas], Pre-textos, España, 2009, p. 21.

<sup>99</sup> Hodgkinson, Tom, “With friends like these ...”, *The Guardian*, fechado el 14 de enero de 2008, <<https://www.theguardian.com/technology/2008/jan/14/facebook>>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

que aunque el usuario intente cambiar, regularmente se hace un registro de su información y su comportamiento se documenta. Tener un perfil con acceso restringido tampoco garantiza que personas indeseadas no vean tu información porque como mencionan las políticas de privacidad de Facebook, hay cosas que pueden ver personas sin autorización.<sup>100</sup> Pero esto no es todo, Nik Cubrilovic, un técnico en informática, descubrió que aunque estés desconectado de Facebook, el sitio sigue monitoreando otras páginas a las que accedes.<sup>101</sup> Facebook puede rastrear cada página que visites que esté asociada a su red, por ejemplo aquellas que tienen el botón de *like* o que se pueden compartir directamente a esta red. Si desde un mismo navegador se accede a diferentes cuentas de Facebook, el sitio también lo sabe y puede usar esa información para sugerirte amigos.<sup>102</sup>

Además de la información que está en esta red sobre lo que haces y lo que te gusta, ésta se puede utilizar para analizar tu personalidad. Un ejemplo de esto es la aplicación *Apply Magic Sauce*, una herramienta creada por la Universidad de Cambridge que realiza un análisis psicológico de tu personalidad a partir de tu información en Facebook o Twitter. Puede revelarte cosas tan específicas como si te identificas más con el género masculino o femenino, tu orientación política y religiosa, tu nivel de inteligencia y tu satisfacción ante la vida.

Entonces, sin importar que se elimine la cuenta no se puede desaparecer todo registro de uno porque la información que involucra a otras personas permanece,

---

<sup>100</sup> *Ídem.*

<sup>101</sup> Perez, Juan Carlos, "Facebook's Beacon More Intrusive Than Previously Thought", PCWorld, fechado el 30 de noviembre de 2007, <<http://www.pcworld.com/article/140182/article.html>>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

<sup>102</sup> Cubrilovic, Nik, "Logging out of Facebook is not enough", fechado el 25 de septiembre de 2011, <<https://www.nikcub.com/posts/logging-out-of-facebook-is-not-enough/>>. [Consulta: 4 de enero de 2017].

como las fotos en las que sales con tus amigos: “Los datos se conservan por más y más tiempo para que nada ni nadie desaparezcan en la espesura de la sociedad sin dejar rastro. Leviatán tiene gigantescos ojos y oídos, y una memoria prodigiosa”.<sup>103</sup> Cada día más datos se van almacenando y vamos dejando más huellas de lo que somos. Mientras más tiempo permanezcan los datos almacenados, más difícil será borrarlos sin dejar rastro.

La información que se almacena sobre nuestras vidas queda a disposición de otros. Puede ser utilizada por acosadores, empresas publicitarias o el gobierno para predecir nuestro comportamiento y al preverlo será más fácil que nos controlen:

Más allá de "virtualizar" los cuerpos extendiendo su capacidad de acción por el espacio global, la convergencia digital de todos los datos y tecnologías también amplía al infinito las posibilidades de rastreo y colonización de las pequeñas prácticas cotidianas.<sup>104</sup>

Es más fácil regular al sujeto si se le puede vigilar en todo momento, saber el lugar en el que está y lo que hace. Si las acciones del individuo se anticipan en tiempo real y si se le puede reducir a datos informáticos.

### **3. El usuario como mercancía**

La información que aparece en las noticias de Facebook se selecciona principalmente por un algoritmo. El algoritmo determina la información que te puede resultar más relevante e interesante de acuerdo a tus acciones en el sitio y

---

<sup>103</sup> Sofsky, Wolfgang, *op. cit.*, p. 155.

<sup>104</sup> Sibilia, Paula, *El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*, Fondo de Cultura Económica, Argentina, 2005, (Colec. Popular: Serie Breves), p. 66.

además hay un grupo de editores que se encargan de escoger cuáles deben de ser los temas de moda o si un asunto merece tener más popularidad.<sup>105</sup> Esto lo hacen al elegir los temas que creen que pueden atraer a más usuarios. Se requiere de una participación humana porque el algoritmo de Facebook no siempre genera la mejor combinación de noticias. Los que seleccionan la información que aparece en las noticias y los que ayudan a crear campañas publicitarias en Facebook, te mostrarán hacia donde debes de dirigir tu mirada y lo que debes de desear.

### **3.1. La publicidad**

Deleuze menciona que ahora el nuevo instrumento de control es el marketing. La publicidad ha sabido utilizar las redes sociales para sacar dinero hasta de la amistad. Todo lo que compartes o lo que te gusta puede ser sometido a un análisis cuantitativo y posteriormente usado con fines económicos: “Las redes sociales permiten afinar todavía más el conocimiento de los consumidores y facilitan que los investigadores detecten cómo los gustos, las opiniones y los hábitos de consumo viajan a través de las redes sociales”.<sup>106</sup> Cada usuario se contempla como un instrumento del que se puede extraer información para saber qué venderle, o que puede influir sobre los otros para que adquieran un producto.

---

<sup>105</sup> Thielman, Sam, “Facebook news selection is in hands of editors not algorithms, documents show”, The Guardian, fechado el 12 de mayo de 2016, <<https://www.theguardian.com/technology/2016/may/12/facebook-trending-news-leaked-documents-editor-guidelines>>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

<sup>106</sup> Davies, William, La industria de la felicidad [traducción de Antonio Padilla Esteban], Malpaso Ediciones, México, 2016, p. 219.

Lo que distingue la publicidad de Facebook de otros medios, como la televisión o el periódico, es que promete ser más efectiva. La televisión se dirige a una audiencia masiva, Facebook también pero además genera anuncios personalizados. También es más ventajosa que la publicidad de Google porque a pesar de que ambas surgen a partir de tus búsquedas, Facebook puede prever lo que te va a gustar usando lo que te ha gustado antes; por ejemplo, si te han gustado las dos primeras películas de una trilogía, cuando salga la tercera película Facebook te lo puede anunciar. Otra ventaja de esta red social es que no se necesita investigar cuáles son los productos que a los usuarios les gustan, ellos ya proporcionan esa información y de manera gratuita. Aceptar estar en Facebook también es aceptar ser bombardeado constantemente de anuncios y muchas veces contribuir a las ganancias de una marca.

La información que se usa para la publicidad de Facebook proviene de todos los datos disponibles de los usuarios, como: lo que comparten, las páginas que les interesan, sus fotos y a quienes conocen. El usuario se podría preguntar en qué momento aceptó que sus datos fueran utilizados con esos fines, la respuesta es que desde el momento en que se registró en Facebook. En su aviso de privacidad Facebook te dice que puede utilizar tu información personal, supuestamente con el fin de proporcionarte un mejor servicio y herramientas personalizadas.<sup>107</sup> Mas lo que no especifica es que este servicio obtiene ganancias de cada persona registrada al convertirla en una mercancía para los anunciantes.

---

<sup>107</sup> Hodgkinson, Tom, *op. cit.*

Otra forma para que tú cedas tu información, disfrazada como un mero entretenimiento, es cuando haces un *test*. Ya sea para saber a qué personaje famoso te pareces o cuáles son las palabras que más usas en Facebook, tienes que aceptar que el sitio acceda a tu información, como a tus fotos o a tu lista de contactos. De este modo además de otorgarle a la página acceso a tu perfil y que el sitio pueda guardar tus respuestas, se le proporciona información del perfil de tus amigos.<sup>108</sup> Aunque tengas un perfil con acceso restringido Facebook permite que las aplicaciones accedan a tu información y también que las aplicaciones que usan tus amigos obtengan información de tu perfil.<sup>109</sup> De los *tests* se obtienen ganancias a veces porque para saber los resultados necesitas pagar, pero por lo general porque recolectan tu información y luego se la venden a los anunciantes. Así la publicidad logra que las personas sí vean sus anuncios al saber exactamente que ofrecerles.

Pero, ¿se podría hacer lo inverso? Es decir, hacer de un producto poco interesante y que a pocos les gusta algo vendible. A diferencia de otros productos en Facebook el aceite de krill de la marca MegaRed es difícil de vender. Es un suplemento nutricional hecho de aceite de pez, que supuestamente trae muchos beneficios a la salud. Pero además de que no sabe bien, no es un producto muy popular ni que la gente lo comparte en las redes sociales como algo que les gusta. Así que lo que los publicistas buscaron hacer fue crear una campaña tan

---

<sup>108</sup> Wakefield, Jane, "Facebook quizzes: What happens to your data?", BBC News, fechado el 26 de noviembre de 2015, <<http://www.bbc.com/news/technology-34922029>>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

<sup>109</sup> *Ídem*.

nostálgica y emocional que las personas sí se detuvieran a verla.<sup>110</sup> Estuvo dirigida a mujeres de 45 años en adelante, a personas que ya consumían aceite de pescado y también eligieron a personas que los productos que compran sugieren que les preocupa su salud; otro beneficio para la publicidad es que desde las redes sociales esa información se puede obtener muy fácil. Con Facebook se puede saber si una campaña es efectiva o no dependiendo del número de personas que la comentan, la comparten o le dan *like*. Esta campaña resultó ser exitosa.

La información de Facebook no sólo puede ser usada para saber qué venderte o cómo venderte algo, asimismo para que una aseguradora sepa si le conviene tenerte como cliente. Una de las aseguradoras más importantes de Gran Bretaña usa la información de Facebook para analizar la personalidad de los conductores y establecer el precio de su seguro.<sup>111</sup> Esto lo hace al buscar características de los usuarios que se asocian con conducir cuidadosamente, por ejemplo que sean meticulosos y organizados. Para examinar esto, parte de las publicaciones de los usuarios. Se considera que los que escriben en oraciones cortas y concretas, que hacen listas y que fijan la fecha exacta para ver a sus amigos, cumplen con estas características.

---

<sup>110</sup> Goel, Vinu, "How Facebook Sold You Krill Oil", New York Times", fechado el 2 de agosto de 2014, <[https://www.nytimes.com/2014/08/03/technology/how-facebook-sold-you-krill-oil.html?\\_r=0](https://www.nytimes.com/2014/08/03/technology/how-facebook-sold-you-krill-oil.html?_r=0)>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

<sup>111</sup> Ruddick, Graham, "Admiral to price car insurance based on Facebook posts", The Guardian, fechado el 2 de noviembre de 2016, <<https://www.theguardian.com/technology/2016/nov/02/admiral-to-price-car-insurance-based-on-facebook-posts>>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

El algoritmo de Facebook parece ser preciso y que muestra información y anuncios útiles e interesantes, pero ¿qué pasaría con el algoritmo si al usuario pareciera gustarle todo? Matthew Honan hizo esta investigación.<sup>112</sup> Durante 48 horas le dio *like* a todo lo que Facebook le mostraba sin importar si en verdad le gustaba o no, si estaba de acuerdo o en desacuerdo, o si las cosas a las que le daba *like* se contradecían entre sí. Lo primero que descubrió fue que una vez que le das *me gusta* a algo te aparecen sugerencias de cosas similares, así que si seguía dándole *like* a todo nunca acabaría, por lo que sólo seleccionó que le gustaban las primeras cuatro sugerencias que le aparecían. En poco tiempo sus noticias cambiaron drásticamente, dejaron de aparecerle publicaciones de personas y sobre todo le aparecieron publicaciones de marcas y de sitios de internet. Para el día dos seguían apareciendo sólo marcas y Facebook les reportó a sus amigos y seguidores las cosas a las que él les daba *like*. Algunas personas le dijeron que ahora en sus notificaciones sobre todo les aparecían artículos o páginas que a él le gustaban, o pensaron que su cuenta había sido hackeada. Al final de ese día no podía contar las cosas a las que le había dado *me gusta* y Facebook se había convertido en un lugar donde no había nada que le gustara en realidad.

---

<sup>112</sup> Honan, Matthew, "I liked everything I saw on Facebook for two days. Here's what it did to me", Wired, fechado el 8 de octubre de 2014, <<https://www.wired.com/2014/08/i-liked-everything-i-saw-on-facebook-for-two-days-heres-what-it-did-to-me/>>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].



#### 4. La poscensura y la sociedad de la mutua vigilancia

Hace unas décadas cuando el Estado quería censurar a un individuo, sólo le bastaba con calumniarlo públicamente, prohibir su obra o condenarlo al ostracismo. Pero con tecnologías como el internet podría parecer que estas medidas se han vuelto obsoletas porque aunque una obra sea censurada, se puede difundir en línea y el destierro público no impide que una persona siga comunicando sus ideas, por ejemplo por medio de las redes sociales. Tener más medios para comunicarnos podría generar la impresión de que ahora hay mayor libertad de expresión, pero lo que también se produjo fueron nuevos mecanismos para prohibir y censurar.

Mientras que los procesos legales muchas veces pueden ser largos, tediosos e inefectivos, usando una red social se puede denunciar a una empresa y dañar fácilmente su reputación. La humillación en línea puede ser efectiva para que una corporación se retracte, pida disculpas o busque cambiar su conducta, pero ahora la ira además de dirigirse hacia grandes empresas o hacia políticos, ha comenzado a enfocarse en ciudadanos: “La misma fuerza social que logra que una empresa estafadora pague por lo que le ha hecho a un cliente o a un trabajador, se lanza contra personas inocentes cuyo único pecado fue tuitear o postear algo que prendió la mecha de la indignación”.<sup>113</sup> Para linchar a alguien ya no se sale a la plaza pública a perseguirlo, basta con compartir su publicación o comentarla para contribuir a su difamación social. A este nuevo tipo de censura se le puede llamar *poscensura*, entendiendo con esto un tipo de censura cuya

---

<sup>113</sup> Soto Ivars, Juan, Arden las redes. La poscensura y el nuevo mundo virtual, Penguin Random House, España, 2017, pp. 72-73.

principal característica es que ya no necesita ni un gobierno ni leyes que repriman la conducta de los ciudadanos; sino que las mismas personas son las que se vigilan entre sí, se registran y dictaminan lo que está permitido que se exprese. Su efecto será que la gente tenga miedo de expresarse porque sus conductas pueden ser malinterpretadas, juzgadas como incorrectas y que además de ser censurados sean denigrados públicamente.

Este tipo de censura se da principalmente en las redes sociales, por su posibilidad de hacer que la información se vuelva viral y también porque muchas veces se da a partir de lo que alguien publica en una red social: “Facebook se ha convertido en el mecanismo de censura más prolijo de nuestro tiempo, debido a la posibilidad de denunciar de forma anónima a cualquiera que diga algo que no nos guste y a la estrechez de sus normas comunitarias”.<sup>114</sup> Las redes sociales facilitan que cualquiera denuncie porque lo puede hacer al instante y desde su casa. La denuncia puede ser anónima, muchas veces sin tener que enfrentarse a la otra persona o hasta sin conocerla. También este tipo de censura es posible por la velocidad en la que se genera. Para Paul Virilio mientras aumenta la velocidad el control en tiempo real reemplaza al entorno mismo. Esto se puede ver en las redes sociales porque el control del entorno es permanente y omnipresente, como si siempre hubiera alguien vigilando.

Aunque el gobierno intervenga y castigue al sujeto ofensor, esto no evita la injuria virtual que recibe. Pese a que existen leyes a favor de la libertad de expresión,

---

<sup>114</sup> *Ibíd.*, p. 170.

esto tampoco impide que las personas sean censuradas y se les culpe. Las repercusiones que este tipo de censura puedan tener dependerán de la presión de los que se han sentido ofendidos y de su enojo.

Un buen ejemplo de como la poscensura puede destruir la reputación de una persona es el caso de Lindsey Stone.<sup>115</sup> Ella trabajaba en una residencia para adultos con dificultades para aprender y en octubre de 2012 realizaron un viaje para visitar el cementerio de Arlington, lugar en el que descansan las víctimas militares de los Estados Unidos. Por diversión ella solía tomarse fotos desobedeciendo a un letrero, por ejemplo fumando frente a un cartel que decía que estaba prohibido fumar. Esta vez no hizo una excepción y se tomó una foto gritando y mostrando el dedo medio, frente a un cartel que pedía silencio y respeto. A continuación la publicó en Facebook, pensando que a los demás les parecería gracioso. Pero semanas después la foto se volvió viral y Lindsey comenzó a recibir insultos y amenazas. Posteriormente fotógrafos comenzaron a seguirla y el lugar en el que trabajaba recibió muchos correos pidiendo que la despidieran. Finalmente la despidieron y ella entró en un periodo depresivo y durante un año casi no salió de su casa. Luego de ese episodio le costó mucho encontrar un trabajo y dice que todavía le asustan las repercusiones que la foto le puede traer, sobre todo al momento de conocer a alguien y que sólo la vea como la mujer obscena de la foto.

---

<sup>115</sup> Véase: Ronson, Jon, " 'Overnight, everything I loved was gone': the internet shaming of Lindsey Stone", The Guardian, fechado el 21 de febrero de 2015, <<https://www.theguardian.com/technology/2015/feb/21/internet-shaming-lindsey-stone-jon-ronson>>. [Consulta: 4 de febrero de 2017].

En México también encontramos muchos ejemplos de esto, tanto de personas comunes como de funcionarios públicos. Liliana Sevilla Rosas era la directora del Instituto Municipal de la Mujer en Tijuana y después de una publicación en la que decía “que tal si lo mio está en Europa y yo aquí sufriendo con estos indígenas”<sup>116</sup>, fue acusada de menospreciar a los indígenas. Posteriormente ella se disculpó por sus comentarios y las molestias que podrían haber causado, pero eso no bastó. A pesar de eso fue acosada en las redes sociales y apodada como *Lady Europa*, por lo que cerró su cuenta de Facebook y terminó por renunciar a su cargo.

#### **4.1. La poscensura y lo políticamente correcto**

La poscensura se dirige hacia las conductas de los individuos y también hacia las palabras que se usan. Se prohíben palabras que puedan tener una connotación negativa o que se asocien a actitudes que actualmente se condenan mucho, como el machismo y el racismo. O intenta que las palabras se substituyan por otras supuestamente equivalentes, pero que suenan menos ofensivas:

Las nuevas palabras que designan a la gente desaventajada no solo tienen que sonar bien y desprenderse de cualquier carga potencialmente ofensiva, sino que han de dar a entender algo falso: en la derecha, que no se está produciendo un abuso contra el trabajador; en la izquierda, que no hay una disminución de las capacidades, que no hay una merma.<sup>117</sup>

---

<sup>116</sup> Salinas, Arturo, “Yo aquí sufriendo con estos indígenas: directora de Inmujer”, Excélsior, fechado el 27 de febrero de 2015, <<http://www.excelsior.com.mx/nacional/2015/02/27/1010695>>. Consulta: 4 de febrero de 2017].

<sup>117</sup> Soto Ivars, Juan, *op. cit.*, p. 133.

También dan a entender algo falso porque se pretende que al usar un término políticamente correcto se ayuda a mejorar la situación de la persona a la que se refiere, como si por eso fuera a adquirir mayor dignidad social, o como si así fuera a cambiar la mentalidad del racista. El lenguaje políticamente correcto pretende incitar a la tolerancia, sin embargo produce la falsa impresión de que hay un grupo de personas injuriadas y que necesitan ser protegidas y, por otra parte, están los defensores de los derechos ajenos, encargados de corregir a los demás y que no poseen ninguna de las características que ellos buscan erradicar. En eso radica su intolerancia, en dividir al mundo en dos bandos: el correcto y el equivocado. En el *correcto* se encuentran las personas con una moral superior y cualquiera que no esté de su lado merece que sus acciones y su discurso sean condenados y desacreditados.

Uno de los principales problemas de las acusaciones en las redes sociales es que no se necesitan conocer ni el contexto ni a la persona para creer que efectivamente es culpable de lo que se le imputa. Basta con una frase o una foto para decir que no sólo esa acción de la persona fue inapropiada, sino que todas las acciones que hace son así: “En Twitter ocurre que decenas de miles de personas claman contra un retrato falso como si la equivalencia con la persona fuera del cien por ciento”.<sup>118</sup> Se toma una equivocación o una frase fuera de contexto para decir que innegablemente la persona es el adjetivo que se le atribuye. A partir de un comentario se cree que se hace un retrato fidedigno de todo lo que la persona es. No se requiere de una acción para probarlo, sólo se

---

<sup>118</sup> *Ibíd.*, p. 205.

necesitan sus palabras; basta con hacer una broma sobre las mujeres para ser considerado machista. Una vez que la persona ha sido tachada como machista o racista, se creará la peor versión de ella. Por más que el sujeto en cuestión se defienda, los otros no dejan de verlo sólo como la etiqueta que se le ha asignado y creen que eso justifica que lo insulten: “Cuando dos millones de personas te llaman <<racista>> al unísono, lo que hacen es crear una mujer de paja en la que todos pueden volcar su odio, recibiendo el aplauso de infinidad de camaradas desconocidos”.<sup>119</sup> El censor cree que al estar en una posición moral más elevada tiene el derecho de usar cualquier tipo de insultos y amenazas contra ese otro al que considera despreciable.

En la poscensura un grupo de personas que se han sentido ofendidas, creen que deben de castigar al infractor y que lo hacen actuando en nombre de la sociedad y no de sus propios intereses, cuando en realidad la censura no protege más que al censor: “De alguna forma, todos señalamos al culpable porque estamos desesperados por señalar nuestra inocencia”.<sup>120</sup> Un par de individuos proceden como inquisidores y deciden qué es lo “correcto” y lo “decente” para la mayoría, creyendo que al hacer eso protegen la sensibilidad de los demás, pero más bien lo que buscan hacer es resguardar sus ideas de la oposición de los otros. Buscan imponer su discurso como el único verdadero y todo lo que no entre en él será considerado erróneo. Para Foucault, el discurso también está vinculado con el deseo y el poder porque el discurso es una forma de dominar y de imponer una verdad; el que controla también es el que produce la verdad. Además

---

<sup>119</sup> *Ídem.*

<sup>120</sup> *Ibíd.*, p. 233.

disfrazan su discurso como tolerante, pero es autoritario porque busca silenciar al otro; un otro al que se le convierte en el enemigo. El “bueno” cree que defiende al débil, pero esto sólo lo hace al dictaminar quién debe de ser considerado como la víctima.

El mayor logro de este tipo de censura es que afecta a todos por igual. Ya no hay un poder superior que vigile y condene a los ciudadanos ni tampoco un Panóptico, sino que todos son verdugos para todos y cada uno puede ser juzgado por igual, actualmente “vivimos en una sociedad de la mutua vigilancia. Todos somos censores para el resto, y trabajamos en este terreno con un ahínco propio de funcionarios”.<sup>121</sup> Ahora sólo se necesita de un *tweet* para arruinar o destruir una reputación. Un comentario inapropiado tanto de un famoso como de una persona anónima pueden llevarlo a que sea hostigado y linchado en las redes sociales. El problema será que no sólo se debe de evitar lo que no se puede decir, sino que una acción o una palabra pueden ser malinterpretadas y motivo de disputa.

## **5. La felicidad como un algoritmo**

Para conocer y manipular el comportamiento y las emociones de una persona, científicos y psicólogos han realizado experimentos en lugares como escuelas, laboratorios y hospitales,

pero ya no es así, en julio de 2014, Facebook publicó un informe académico con detalles sobre cómo había modificado con éxito los estados de ánimo de centenares de millares de sus usuarios a través de

---

<sup>121</sup> *Ibíd.*, p. 249.

la manipulación del suministro de noticias, entradas y comentarios visibles para el individuo.<sup>122</sup>

El experimento<sup>123</sup> se realizó en enero de 2012 y duró sólo dos semanas. Para el experimento se usaron casi 700,000 perfiles de Facebook escritos en inglés, elegidos de manera aleatoria, con la sola condición de que los participantes que formarían parte del estudio habrían hecho al menos una actualización de su estado durante el tiempo que se mantuviera éste. Sin embargo, a ningún participante se le dijo que la información que veían en Facebook estaba siendo modificada y tampoco que ellos eran parte de un estudio. Se realizó en colaboración con las universidades de Cornell y de San Francisco y un grupo de investigadores se dedicó a analizar casi tres millones de comentarios. El experimento consistió en dividir a los participantes en dos grupos: uno al que se le mostró en su *NewsFeed* contenidos positivos y alegres, mientras que al otro noticias negativas y tristes. Esto se hizo al modificar deliberadamente el algoritmo que determina las noticias que aparecen en Facebook. Lo que el ensayo también trató de analizar fue el contagio emocional, en este caso vía las redes sociales. Pero lo que distingue a este experimento de otros realizados en las redes sociales es que en los demás se había usado la información que ya estaba disponible, mientras que éste buscó manipular las emociones, es decir, lograr que los usuarios se sintieran tristes o felices a partir del contenido que se les muestra. Se consideró que una publicación era positiva o negativa de acuerdo al número de

---

<sup>122</sup> Davies, William, *op. cit.*, p. 17.

<sup>123</sup> Kramer, Adam, Guillory, Jamie y Hancock, Jeffrey, "Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks", *Proceedings of the National Academy of the Sciences of the United States of America* 111: 24, 2014.



palabras utilizadas y al lenguaje, de acuerdo al *Linguistic Inquiry and Word Count*.<sup>124</sup>

Terminando las dos semanas los resultados fueron que distorsionar la información que aparece en las noticias de Facebook puede afectar el contenido publicado por los usuarios. En general, los que formaban parte del grupo de noticias positivas hicieron publicaciones optimistas, mientras que los del grupo negativo hicieron publicaciones más negativas y usaron menos palabras alegres. Otra conclusión del estudio es que para que se dé el contagio emocional no se necesita tener a la otra persona enfrente ni que te hable, ya que también se puede dar por medio de las redes sociales y por la palabra escrita. Dicho de otra manera: las emociones expresadas por nuestros amigos y conocidos en las redes sociales pueden influir en nuestro estado de ánimo incluso de manera inconsciente.

Fuera de los problemas éticos que el estudio presenta sobre el uso de la información de los usuarios y de que no se pueden extraer conclusiones para cada usuario de Facebook porque se realizó con un grupo muy pequeño, se pueden resaltar varias cuestiones. El estudio muestra que las emociones ajenas influyen en nuestro estado de ánimo, aunque estas emociones sean a distancia, como es el caso de las redes sociales. Sin embargo, lo que habría que cuestionar del estudio es si las emociones pueden ser diseñadas para generar una reacción específica en una persona. ¿Acaso el hombre se ha convertido en un ser tan predecible, maleable y controlable? Al que a partir de la información que se le

---

<sup>124</sup> Esto es un programa de computadora que analiza textos y determina las connotaciones de las palabras, por ejemplo si tienen emociones positivas o negativas.

muestra se pueden anticipar su comportamiento y después controlarlo; como si fuera un simple algoritmo.

Cuantificar la felicidad de los usuarios en las redes sociales cada vez se vuelve más común. Un grupo de psicólogos de la Universidad de Pittsburgh crearon un algoritmo diseñado para interpretar cuánta felicidad cabe en un *tweet*.<sup>125</sup> Esto lo hicieron al otorgarle a las palabras de una base de datos un valor de felicidad de acuerdo a una escala que va del 1 al 9. Pero el objetivo no fue calificar la felicidad de un *tweet*, sino identificar los patrones de felicidad de la población, por ejemplo qué día de la semana les resulta más alegre. Aunque resulta cuestionable que la felicidad en las redes sociales ciertamente se pueda medir porque esto supondría que toda la información que los usuarios proporcionan sobre su estado de ánimo corresponde a como efectivamente se sienten, y que ellos no pueden exagerar sus emociones y describirlas de manera más optimista o pesimista.

Los aparatos para monitorear el estado de ánimo y los sentimientos van en aumento. Estas herramientas buscan investigar en las profundidades de nuestros sentimientos y hacerlos visibles, “todos ellos constituyen un medio para convertir la experiencia subjetiva en algo tangible, visible y, por ende, comparable”.<sup>126</sup> La felicidad también se despoja de su dimensión subjetiva y se vuelve un dato que puede ser analizado por especialistas. El hombre reducido a un algoritmo es un ser predecible y controlable.

---

<sup>125</sup> Davies, William, *op. cit.*, p. 262.

<sup>126</sup> *Ibíd.*, p. 47.

## 5.1. El hombre como algoritmo

El cuerpo del hombre se extiende y se instala en el ámbito virtual. Esto hace del cuerpo humano obsoleto al dejarlo como un caparazón ineficiente porque no contiene toda la información que circula, frente a un cuerpo virtual que se desplaza con rapidez y se puede modificar. Los cuerpos en la red se encuentran conectados, sintonizados y tienen mayor amplitud de movimiento. En vez de los cuerpos disciplinarios y dóciles de la sociedad disciplinaria

hoy, en cambio, proliferan otros modos de ser. Alejados de la lógica mecánica e insertos en el nuevo régimen digital, los cuerpos contemporáneos se presentan como sistemas de procesamiento de datos, códigos, perfiles cifrados, bancos de información.<sup>127</sup>

Pero el cuerpo del hombre también se reduce porque en la red se vuelve proyectable, permeable y calculable. Se piensa al individuo como parte de un sistema de información y su cuerpo como datos. Se vacía al hombre de sus entrañas, sus pasiones, sus emociones y se hace de él un ser diáfano, parte de un mundo de datos y estadísticas. Se piensa su comportamiento como algo predecible y controlable; que su nivel de satisfacción en la vida y su felicidad se pueden expresar usando números; y que todo lo que es se puede enunciar en un algoritmo.

## 6. ¿Se puede escapar del control?

En 1996, con el acelerado crecimiento de internet, John Perry Barlow escribió un texto en donde les dice a los gobiernos del mundo industrial que no intervengan en

---

<sup>127</sup> Sibilía, Paula, *op. cit.*, p. 14.

internet y que éste debe de ser un espacio libre de su soberanía, sin privilegios y sin prejuicios.<sup>128</sup> Hoy en día internet no se ha convertido en un espacio sin privilegios, sin prejuicios y sin soberanía; al contrario. Para poder acceder a muchos sitios o para descargar parte de su contenido hay que pagar; las personas pueden agruparse para encontrar a más personas como ellas y terminan por reforzar sus prejuicios, o hasta se pueden reunir virtualmente para planear como agredir a otro grupo; los gobiernos se benefician de la información que los usuarios proporcionan y vigilarlos se vuelve más fácil. Así que ¿hay manera de escapar del control de internet? Específicamente en las redes sociales.

Antes que nada hay que tener en cuenta que no hay una manera correcta o exclusiva para escapar del control y que cuando se habla de control en las redes sociales no sólo se puede pensar en el que el gobierno ejerce sobre sus ciudadanos porque las mismas redes sociales también se benefician de la información o entre las personas se vigilan, como ocurre con la poscensura. Para evitar el control en las redes sociales lo más inmediato podría ser limitar tu información de perfil, es decir lo que los otros pueden ver y lo que compartes, o exigirle a sitios como Facebook que mejoren su seguridad para que la información no quede al alcance de cualquiera. O al usar Facebook también se podrían borrar las *cookies* de Facebook y usar un navegador separado de las interacciones con dicho sitio. Una propuesta un poco más extrema sería proporcionar información falsa para que el sujeto detrás del perfil no pueda ser identificado.

---

<sup>128</sup> Barlow, John Perry, "A Declaration of the Independence of Cyberspace", 8 de febrero de 1996, <<https://www.eff.org/es/cyberspace-independence>>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

Otra sugerencia sería darle a las redes sociales un uso más allá de estar espiando a los demás y de quejarse de las conductas inapropiadas de los otros:

Sin embargo, el hecho de que algunos revolucionarios hayan empleado esa herramienta (y aún lo hacen) para vincularse masivamente en las calles solamente demuestra que es posible, en ciertos casos, usar Facebook en contra de sí mismo: en contra de su función esencial, que consiste en hacer de policía.<sup>129</sup>

Es decir, usar de las redes sociales para movilizar a las personas y denunciar abusos de la autoridad, como sucedió en Irán. Aprovechar que al igual que internet sirve para que el gobierno sepa lo que sus ciudadanos hacen, también puede usarse para que los ciudadanos sepan lo que sus gobernantes están haciendo y si cometen una falla. Una propuesta así se encuentra en el texto de *Cibergolem*<sup>130</sup>, en donde se propone usar las nuevas tecnologías como herramientas para que los ciudadanos generen una política más allá de las ideas clásicas. Una política en donde los ciudadanos sí estén involucrados y cuenten con derechos como no ser vigilados y tener libertad de expresión en la red. Para esto optan por prácticas como el *hacking* contestatario que implica infiltrarse en las bases de datos o sabotear a grandes corporaciones que busquen impedir la libertad en la red. Entender los dispositivos que nos rodean no sólo nos permitirá que no usen ellos contra nosotros, sino también que nosotros podamos reconfigurarlos y utilizarlos para nuestro beneficio.

---

<sup>129</sup> Comité Invisible, "Google, vete la mierda" [traducción de Eugenio Tisselli], octubre 2014, p. 5, <<https://revistaentropia.files.wordpress.com/2015/08/252986506-comite-invisible-fuck-off-google-esp.pdf>>. [Consulta: 4 de febrero de 2017].

<sup>130</sup> Alonso, Andoni y Arzo, Iñaki, La quinta columna digital. *Antitratado comunal hiperpolítica*. Cibergolem, Gedisa Editorial, España, 2005.

Para Foucault cuando existe una relación de poder también se da una posibilidad de resistencia: “Que no se pueda estar «fuera del poder» no quiere decir que se está de todas formas atrapado”.<sup>131</sup> Aunque el poder siempre esté ahí, no habría que permitir que las relaciones de poder se vuelvan estratos de dominación indisolubles e inmóviles. Las relaciones de poder son multiformes y pueden ser reajustadas y transformadas. Ahora lo que habrá que hacer será buscar líneas de fuga.

---

<sup>131</sup> Foucault, Michel, Microfísica del Poder [edición y traducción de Julia Varela y Fernando Alvarez-Uría], 2ª edición, La Piqueta, España, 1979, p. 170.

## **Conclusión**

Para muchas personas las redes sociales se han vuelto imprescindibles. Están más presentes en nuestras vidas de lo que imaginamos. Las usamos para comunicarnos a partir de textos o a veces sólo usando imágenes; para hablar con amigos o para conocer a más personas; para estar en constante comunicación con los demás; para informarnos o a veces sólo para entretenernos viendo lo que los otros hacen o deslizando la pantalla; para ver las noticias en el momento en el que suceden y videos que comparten las personas que estuvieron ahí; y nos sugieren qué comprar, cómo vernos, a quién seguir y qué nos podría gustar.

La influencia de las redes sociales sobre la configuración de prácticas corporales se refleja al momento de leer, procesar información y recordar. Esto no es exclusivo de las redes sociales y tampoco surgió a partir de ellas, sin embargo sí son un sitio donde ocurre mucho esto. En una red social como se muestra tanta información cuesta saber en cuál concentrarte y con frecuencia también se va pasando rápidamente de un contenido a otro. Sólo leemos el titular de una noticia y a veces parece que sólo se requiere de eso para saber de qué se trata. La lectura puede ser descuidada o enfocada en ciertas palabras o la parte del texto que nos interesa. Acumulamos contenidos muchas veces sin su contexto y sin cuestionarlos. O sólo vamos deslizando la pantalla, a veces por costumbre, pero sin detenernos en algo. Las redes sociales también pueden ser una extensión de nuestra memoria porque nos recuerdan cuando tenemos un evento importante o es el cumpleaños de un amigo, igualmente por ser un lugar en el que vamos depositando nuestras memorias y vivencias.

También con rituales que se realizan como que cada vez que se va a un concierto se graba lo que pasa, se ve todo a través de la pantalla del celular y finalmente se comparte en las redes sociales. O al ir a una fiesta estar más preocupado por salir bien en las fotos que luego vas a subir a Instagram, en lugar de disfrutar del instante. Se puede hablar de esto como actos rituales porque se realizan una y otra vez y de la misma manera. No hacerlos le genera a la persona la sensación de que no está disfrutando del momento o que no valió la pena. Otro acto ritual podría ser que cada vez que se toma una foto se intenta embellecer, por ejemplo al ponerle un filtro. Con las *selfies* además de que se puede usar un filtro para que se vean más llamativas, por lo general se busca que el sujeto luzca lo más atractivo posible. Detrás de las personas que saben verse como modelos en cada una de sus fotos hay un disciplinamiento de los cuerpos porque para obtener la foto perfecta hay que saber cómo sonreír, cómo posar, qué ángulo te favorece y estar dispuesto a tomarse fotos una y otra vez hasta encontrar la imagen ideal.

Exhibirse también se vuelve parte del hacer cotidiano. Todo es digno de exhibirse, todo merece ser retratado y documentado. Hay que saber venderse y para eso hay que saber llamar la atención, aunque eso implique mostrar lo más profundo de nosotros. Se vuelve parte de lo cotidiano compartir en las redes sociales lo que hicimos ese día, los lugares a los que fuimos, nuestros sentimientos y pensamientos. Lo que no se comparte es como si no hubiera pasado y detrás de una pantalla las cosas parecen más interesantes. La protesta virtual se construye de manera muy distinta a la protesta en las calles. Lo virtual a veces también se hace desde la exhibición, para mostrarles a los otros que eres una persona que se involucra en los temas del momento. Pero generalmente se



basa en firmar peticiones en línea, usar *hashtags* para mostrar tu solidaridad con una causa o para atacar a una persona, e insultar a la gente que no conoces. Para algunos una actividad que desempeñan frecuentemente es supervisar a los otros. Censuran al que dice un comentario que no les parece, cuidan que todos usen un lenguaje políticamente correcto y procuran que nadie actúe de manera indecente.

A veces se da un desplazamiento del ámbito físico al virtual, como si el virtual resultara preferible. Frente al cuerpo físico el virtual ofrece más posibilidades y no se encuentra limitado por la carne. El ámbito virtual ofrece posibilidades como decirles a las personas lo que no te atreverías a decirles de frente, agredir a tu adversario sin necesidad de verlo, cambiar tu personalidad o inventarte una nueva identidad.

Las redes sociales no sólo son una vía alterna para comunicarnos y entretenernos, sino que han afectado la forma en la que nos relacionamos con los otros, la manera en la que actuamos, en la que nos percibimos y en las prácticas corporales. La función de cada capítulo fue rastrear en qué aspectos de nuestra vida se inmiscuyen las redes sociales y también el impacto que pueden tener.

En el primer capítulo abordé el paso de la imagen fotográfica a la filmica y finalmente a la digital. También el tema de la reproductibilidad en Walter Benjamin. Entender cómo la reproductibilidad ha cambiado y cómo la imagen digital se distingue de las demás permite entender por qué vivimos en un mundo en el que domina la imagen; en el que la imagen es el vehículo más eficiente, según Paul Virilio. Ésta se encuentra en todas partes, puede ser modificada con facilidad y puede haber una imagen personalizada para cada individuo, por ejemplo con la

publicidad de las redes sociales. También vivimos a través de la imagen porque muchas veces se le da más importancia al recuerdo fotográfico que a disfrutar del momento, a exhibirlo en lugar de vivirlo. Otro tema importante de este capítulo fue la distorsión de las distancias. Al poder ver los eventos en el momento en que suceden y comentarlos o compartirlos en las redes sociales, genera la impresión de que todo parece estar más cerca de lo que en realidad está y que vivimos en un presente eternizado porque los límites entre pasado, presente y futuro se borran.

En el segundo exploré las redes sociales como una manifestación de la sociedad del espectáculo desde el texto de *La sociedad del espectáculo* de Guy Debord. Este texto fue escrito hace 50 años, entonces ¿todavía podríamos hablar de una sociedad del espectáculo? En su texto de *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo*, escrito años después del texto ya mencionado, dice que el espectáculo no desapareció sino que se volvió más poderoso de lo que antes era. Actualmente también podemos decir que se ha acrecentado y que hasta se ha desplegado a otros ámbitos. El espectáculo está presente cuando las personas buscan reconocimiento al compartir sus *selfies*, lo que acaban de cocinar y exponer lo más que se pueda de su intimidad. El espectáculo también se encuentra en la protesta o en actos supuestamente altruistas como cuando la gente actúa o ayuda no por un interés genuino, sino para poder presumirle a sus contactos que estuvieron en el lugar donde ocurrió la calamidad y la gran persona que son por socorrer a los necesitados. Además, las rebeliones pueden mediatizarse y convertirse en publicidad. En las redes sociales podemos elegir cómo queremos que los otros nos vean ya sea al mostrar sólo ciertos aspectos de

nuestra personalidad, exhibir todo lo que hacemos como si fuera muy interesante, o cambiar nuestra identidad. O desde la *selfie* representamos nuestra imagen según lo que queremos proyectarles a los otros. Las redes sociales se convierten en un medio eficiente para que los demás nos vean porque todo el tiempo podemos compartir lo que hacemos y los lugares a los que vamos.

En el tercer capítulo realicé un análisis del paso de las sociedades disciplinarias a las sociedades de control para entender cómo desde las redes sociales se puede hablar de una sociedad de control, ya que en ellas el control se da de manera continua, la comunicación es instantánea, se usa la publicidad para controlar y las personas se convierten en una cifra. Sin embargo las redes sociales van un poco más allá del control planteado por Deleuze porque no solamente buscan controlar las acciones de los sujetos, sino que también sus palabras, por ejemplo con la poscensura, y sus emociones, como al pretender que la felicidad se puede medir en un *tweet*. En las redes el control y la vigilancia no sólo son los que ejerce el gobierno sobre sus ciudadanos, sino que también se da en las mismas redes sociales para extraer una ganancia y entre las personas que observan lo que el otro hace y dictaminan las conductas que son aceptables. No se trata solamente de un problema de falta de privacidad o de seguridad, porque aceptamos estar en la red aun sabiendo que nuestra información puede terminar en manos de gente indeseada e incluso muchas veces se descuida intencionalmente la intimidad para que los otros sepan lo que hacemos o para aumentar nuestra popularidad. Tampoco se trata de juzgar en términos de bien o mal si las redes sociales nos ayudan o nos perjudican. El problema es pretender que sólo se requiere del ámbito virtual para entender las emociones, los gustos y

los pensamientos de cualquier individuo o que sólo a partir de una red social se puede llegar a conocer a una persona. Que se puede reducir todo lo que el ser humano es a una serie de datos que pueden ser analizados para predecir su comportamiento y manipularlo.

## **Bibliografía**

Abad Montesinos, Jaime, “Guy Debord: el espectáculo, la mercancía y la inversión de la realidad”, Cuaderno de Materiales, No. 24, diciembre 2012, pp. 5-25.

Adorno, Theodor W. y Horkheimer, Max, “La industria cultural. Ilustración como engaño de masas” en Dialéctica de la Ilustración [Introducción y traducción de Juan José Sánchez], 3ª ed., Editorial Trotta, España, (Colección Estructuras y procesos. Serie Filosofía), 1998, pp.165- 212.

Agamben, Giorgio, ¿Qué es un dispositivo? Seguido de El amigo y de La Iglesia y el Reino [traducción de Mercedes Ruvitoso], Anagrama, España, 2015.

Alonso, Andoni y Arzoz, Iñaki, La quinta columna digital. Antitratado comunal hiperpolítica. Cibergolem, Gedisa Editorial, España, 2005.

Anónimo, Contra el arte y el artista, Colectivo DesFace, Chile, 2012.

Ávila-Fuenmayor, Francisco, “El concepto de poder en Michel Foucault”, A Parte Rei. Revista de Filosofía, No. 53, septiembre 2007, pp. 1-16.

Barahona Arriaza, Esther, “Razón, verdad y crítica: momentos epistemológicos en la <<Dialéctica de la Ilustración>> de M. Horkheimer y T. W. Adorno” en Anales del Seminario de Metafísica, nº30,1996, pp. 167-184, Universidad complutense de Madrid, España.

Barlow, John Perry, “A Declaration of the Independence of Cyberspace”, 8 de febrero de 1996, <<https://www.eff.org/es/cyberspace-independence>>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

Basulto, Dominic, “Plato: Know Thy Selfie”, Big Think, 2016, <<http://bigthink.com/endless-innovation/plato-know-thy-selfie>>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

Baudrillard, Jean, Cultura y simulacro [traducción de Pedro Rovira], Editorial Kairós, España, 1978.

-La sociedad del consumo. Sus mitos, sus estructuras [traducción de Alcira Bixio], Siglo XXI, España, 2009.

BBC Mundo, "Cómo los selfies están cambiando el mundo de las cirugías plásticas", BBC Mundo, fechado el 15 enero 2015, <[http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/01/150114\\_salud\\_selfies\\_aumento\\_cirugia\\_estetica\\_il](http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/01/150114_salud_selfies_aumento_cirugia_estetica_il)>. [Consulta: 4 de febrero de 2017].

BBC Newsbeat, "The rise in selfie deaths and how to stop them", BBC Newsbeat, fechado 17 de noviembre de 2016, <<http://www.bbc.co.uk/newsbeat/article/38012990/the-rise-in-selfie-deaths-and-how-to-stop-them>>. [Consulta: 4 de febrero de 2017].

Bellido Gant, María Luisa, "Arte digitalizado y arte digital: las manifestaciones artísticas en la era digital", en *Ars Longa*, No. 12. 2003. pp. 131-134, Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Valencia, España.

Benjamin, Walter, Discursos interrumpidos I [prólogo, traducción y notas de Jesús Aguirre], Taurus, Argentina, 1989.

- El autor como productor [traducción y presentación de Bolívar Echeverría], Itaca, México, 2004.

- La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica [traducción de Andrés E. Weikert], Itaca, México, 2003.

Berger, John *et al.* , Modos de Ver [traducción de Justo G. Beramendi], 3ª edición, Gustavo Gili, España, 1980.

Blas, Zach "Contra-Internet", *E-flux, Journal #74*, junio 2016, <<http://www.e-flux.com/journal/74/59816/contra-internet/>>. [Consulta: 4 de febrero de 2017].

Brea, José Luis, Las tres eras de la imagen. Imagen-materia, film, e-imagen, Akal, España, 2010.

Cardona Reyes, Jairo Alberto, "Selfie: el olvido del ser-para-otro", Reflexiones Marginales, fechado el 29 de marzo de 2016, <<http://reflexionesmarginales.com/3.0/selfie-el-olvido-del-ser-para-otro/>>. [Consulta: 24 de junio de 2016].

Carr, Nicholas, "How the Internet is making us stupid", The Telegraph, fechado el 27 de agosto de 2010, <<http://www.telegraph.co.uk/technology/internet/7967894/How-the-Internet-is-making-us-stupid.html>>, [Consulta: 24 de febrero de 2017].

Carrillo Hernández, Juan Pablo, "¿Perdimos el 'conócete a ti mismo' por un 'exhíbete a ti mismo'?", Pijamasurf, fechado el 20 de marzo de 2017, <[http://pijamasurf.com/2017/03/perdimos\\_el\\_conocete\\_a\\_ti\\_mismo\\_por\\_un\\_exhibete\\_a\\_ti\\_mismo%E2%80%99/](http://pijamasurf.com/2017/03/perdimos_el_conocete_a_ti_mismo_por_un_exhibete_a_ti_mismo%E2%80%99/)>. [Consulta: 24 de marzo de 2017].

Cisneros Torres, María José, "Walter Benjamin. Cultura de masas y esteticismo político" en *Espéculo: Revista de Estudios Literarios*, Nº. 43, 2009-2010, Universidad Complutense de Madrid. Consultado en: <<https://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero43/wbenjam.html>>. [Consulta: 25 de mayo de 2016].

Comité Invisible, "Google, vete la mierda" [traducción de Eugenio Tisselli], octubre 2014, pp. 1-23, <<https://revistaentropia.files.wordpress.com/2015/08/252986506-comite-invisible-fuck-off-google-esp.pdf>>. [Consulta: 4 de febrero de 2017].

Conley, Chris, "Quiz: What Do Facebook Quizzes Know About You?", *The American Civil Liberties Union*, fechado el 11 de junio de 2009, <<https://www.aclu.org/blog/quiz-what-do-facebook-quizzes-know-about-you>>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

Constante, Alberto (coord.), Arte en las redes sociales, Estudio Paraíso. Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2013.

-La filosofía y las redes sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2013.

-Las redes sociales. Una manera de pensar el mundo, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2013.

-Violencia en las redes sociales, Estudio Paraíso. Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2013.

Constante, A. y Chaverry Soto, R. (coordinadores), World Wide Web y la formación de la subjetividad, Afínita Editorial. Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2015.

Crespo Fajardo, José Luis (coord.), Bellas artes y sociedad digital, Sociedad Latina de Comunicación Social, España, 2012, (Cuadernos de Bellas Artes).

Cuadra, Álvaro, Hiperindustria Cultura, Chile, ARCIS, 2008.

Cubrilovic, Nik, "Logging out of Facebook is not enough", fechado el 25 de septiembre de 2011, < <https://www.nikcub.com/posts/logging-out-of-facebook-is-not-enough/>>. [Consulta: 4 de enero de 2017].

Davies, William, La industria de la felicidad [traducción de Antonio Padilla Esteban], Malpaso Ediciones, México, 2016.

Debord, Guy, Comentarios sobre la sociedad del espectáculo [traducción de Luis A. Bredlow], Anagrama, España, 1999.

-La sociedad del espectáculo [prólogo, traducción y notas de José Luis Pardo], 2ª edición, Pre-textos, España, 2002.

-"Informe sobre la construcción de situaciones y sobre las condiciones de la organización y la acción de la tendencia situacionista internacional. Documento Fundacional (1957)" [traducción de Nelo Vilar], Fuera de Banda: *Situacionistas: ni arte, ni política, ni urbanismo*, No. 4, bajo el título "Revolución y contra-revolución en la cultura moderna", <<https://www.sindominio.net/ash/informe.htm>>. [Consulta: 24 de marzo de 2017].

-"Tesis sobre la Revolución Cultural", Publicado en el # 1 de *Internacional Situacionista (1-VI-1958)*. Traducción extraída de *Internacional situacionista, vol. I: La realización del arte*, Madrid, Literatura Gris, 1999. Consultado en: <<https://www.sindominio.net/ash/is0110.htm>>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].



Deleuze, Gilles, Conversaciones 1972–1990 [Traducción de José Luis Pardo], 2ª edición, Pre-textos, España, 1996.

-Foucault [traducción de José Vázquez Pérez], Paidós, España, 1987.

Di Filippo, Marilé “Walter Benjamin y Jacques Rancière: arte y política. Una lectura en clave epistemológica” en Revista de Epistemología y Ciencias Humanas, pp. 257- 288. En

<<http://www.revistaepistemologi.com.ar/biblioteca/17.%20Walter%20Benjamin%20y%20Jacques%20Ranciere%20arte%20y%20politica.%20Una%20lectura%20en%20clave%20epistemologica.pdf>>. [Consulta: 19 de mayo de 2016].

Díaz, Yunuen, Todo retrato es pornográfico, Fondo Editorial, México, 2015.

Díaz Zepeda, A. y Giménez Gatto, F. (coordinadores), Ficciones del cuerpo, La Cifra, México, 2015

Dobrowsky, David, “Constructing identity on social networks. An analysis of competences of communication constituted on Facebook.com”, Central European Journal of Communication, 2012, pp. 91-103, Universidad de Viena, Austria.

Domínguez Argemí, “El arte digital, un arte postaurático. De la pérdida del aura al artista como postproductor”, *Crisis analógica, futuro digital: actas del IV Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad*, celebrado del 12 al 29 de noviembre de 2009, <<http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/el-arte-digital-un-arte-postauratico-de-la-perdida-del-aura-al-artista-como-postproductor/1122/>>. [Consulta: 2 de marzo de 2016].

El Universal, “Celebran en el Ángel triunfo de DiCaprio en los Oscar”, El Universal, fechado el 29 de febrero de 2016,

<<http://www.eluniversal.com.mx/articulo/espectaculos/cine/2016/02/29/celebran-en-el-angel-triunfo-de-dicaprio-en-los-oscar>>. [Consulta: 22 de marzo de 2017].

Ellison, Nicole B. y Boyd, Danah M., "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship", en *Journal of Computer-Mediated Communication*, volumen 13, 17 de diciembre de 2007, pp. 210-230, <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/pdf>>, [Consulta: 2 de enero de 2016].

Engler, Mark, "The Internet as a Tool for Repression", *The Huffington Post*, fechado el 26 de abril de 2011, <[http://www.huffingtonpost.com/mark-engler/the-internet-as-a-tool-fo\\_b\\_854933.html](http://www.huffingtonpost.com/mark-engler/the-internet-as-a-tool-fo_b_854933.html)>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

Fernández-Santos, Elsa, "Hablamos fotografías", *El País*, fechado el 19 de octubre de 2015, <[http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2015/10/16/actualidad/1445005357\\_012040.html](http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2015/10/16/actualidad/1445005357_012040.html)>. [Consulta: 4 de febrero de 2017].

Flusser, Vilém, Hacia una filosofía de la fotografía [traducción de Eduardo Molina], Editorial Trillas, México, 1990, (Biblioteca internacional de comunicación).

Fontcuberta, Joan, La furia de las imágenes. Notas sobre la postfotografía, Galaxia Gutenberg, España, 2016.

Foucault, Michel, Defender La Sociedad. Curso en el Collège de France (1975-1976) [traducción de Horacio Pons], Fondo de Cultura Económica, Argentina, 2008, (Sección de obras de sociología).

-Historia de la sexualidad. 1. La voluntad de saber [traducción de Ulises Guiñazú], 3ª edición, Siglo XXI, México, 2011.

-Microfísica del Poder [edición y traducción de Julia Varela y Fernando Alvarez-Uría], 2ª edición, La Piqueta, España, 1979.

-Vigilar y castigar. El nacimiento de la prisión [traducción de Aurelio Garzón del Camino], 2ª edición, Siglo XXI, México, 2009, (Criminología y derecho).

Gallardo Cabrera, Salvador, La mudanza de los poderes. De la sociedad disciplinaria a la sociedad de control, ALDVS, México, 2011, (ALDVS Ensayo).

Gaspar, John, "Technology is a tool for revolution (and repression)", *Financial Times*, fechado el 20 de junio de 2009, <[http://www.ft.com/cms/s/0/04ec37a4-5d32-11de-9d42-00144feabdc0.html?ft\\_site=falcon&desktop=true#axzz4fyLRwlda](http://www.ft.com/cms/s/0/04ec37a4-5d32-11de-9d42-00144feabdc0.html?ft_site=falcon&desktop=true#axzz4fyLRwlda)>. [Consulta: 24 de mayo de 2016].

Goel, Vinu, "How Facebook Sold You Krill Oil", *New York Times*, fechado el 2 de agosto de 2014, <[https://www.nytimes.com/2014/08/03/technology/how-facebook-sold-you-krill-oil.html?\\_r=0](https://www.nytimes.com/2014/08/03/technology/how-facebook-sold-you-krill-oil.html?_r=0)>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

Groys, Boris, Antología [traducción de Saúl Villa], COCOM Press, México, 2013.

Gubern, Román, Del bisonte a la realidad virtual. La escena y el laberinto, Anagrama, España, 2006, (Colección argumentos).

Hodgkinson, Tom, "With friends like these ...", *The Guardian*, fechado el 14 de enero de 2008, <<https://www.theguardian.com/technology/2008/jan/14/facebook>>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

Honan, Matthew, "I liked everything I saw on Facebook for two days. Here's what it did to me", *Wired*, fechado el 8 de octubre de 2014, <<https://www.wired.com/2014/08/i-liked-everything-i-saw-on-facebook-for-two-days-heres-what-it-did-to-me/>>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

Kramer, Adam, Guillory, Jamie y Hancock, Jeffrey, "Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks", *Proceedings of the National Academy of the Sciences of the United States of America* 111: 24, 2014.

Lago Martínez, Silvia (comp.), Ciberespacio y resistencias. Exploración en la cultura digital, Hekht Libros, Argentina, 2012, (Colección ACÁ y AHORA).

Le Breton, David, Adiós al cuerpo [traducción de Ociel Flores Flores], La Cifra, México, 2007.

Leibrandt, Isabella, "Narrarse a uno mismo, auto-tematización y la cultura de la confesión", en Espéculo: Revista de Estudios Literarios. Narrar en la era digital, N<sup>o</sup>. 54, enero-junio, 2015, pp. 141-154.

León Casero, Jorge, "Gilles Deleuze", en Fernández Labastida, Francisco – Mercado, Juan Andrés (editores), *Philosophica: Enciclopedia filosófica on line*, <<http://www.philosophica.info/archivo/2012/voces/deleuze/Deleuze.html>>. [Consulta: 4 de mayo de 2017].

Manovich, Lev, El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital [traducción de Óscar Fontrodona], Paidós, España, 2005, (Comunicación 163).

Martin, Alan, "Online disinhibition and the psychology of trolling", Wired, fechado el 30 de mayo de 2013, <<http://www.wired.co.uk/article/online-aggression>>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

Martínez Gallardo, Alejandro, "Vivimos en la era de la ignorancia: la ilusión de la tecnología (I-II)", Pijamasurf, fechado el 26 de enero de 2016, <<http://pijamasurf.com/2016/01/vivimos-en-la-era-de-la-ignorancia-la-ilusion-de-que-la-tecnologia-nos-haria-mas-inteligentes/>>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

- "Vivimos en la era de la ignorancia: la ilusión de la tecnología (II-II)", Pijamasurf, fechado el 30 de enero de 2016, <<http://pijamasurf.com/2016/01/vivimos-en-la-era-de-la-ignorancia-por-que-los-jovenes-son-cada-vez-mas-ignorantes/>>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

Meyer, Robinson, "Everything We Know About Facebook's Secret Mood Manipulation Experiment", The Atlantic, fechado el 28 de junio de 2014, <<https://www.theatlantic.com/technology/archive/2014/06/everything-we-know-about-facebooks-secret-mood-manipulation-experiment/373648/>>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

Mitchell, W. J. T. "The Work of Art in the Age of Biocybernetic Reproduction", *Modernism=Modernity*, vol. 10, núm. 3, 2003, pp. 481-500.

Morozov, Evgeny, "Iran: Downside to the "Twitter Revolution" ", *Dissent Magazine* 56(4), septiembre 2009, pp. 10-14, Consultado en: <[https://www.evgenymorozov.com/morozov\\_twitter\\_dissent.pdf](https://www.evgenymorozov.com/morozov_twitter_dissent.pdf)>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

-The Net Delusion The Dark Side Of Internet Freedom, PublicAffair, Estados Unidos de América, 2011.

Múñiz, Elsa (comp.), El cuerpo. Estado de la Cuestión, La Cifra, México, 2015.

-Prácticas corporales: performatividad y género, La Cifra, México, 2014.

Murolo, Norberto Leonardo, "Del mito del Narciso a la selfie. Una arqueología de los cuerpos codificados" en Palabra Clave, vol. 18, núm. 3, septiembre, 2015, pp. 676-700, Universidad de La Sabana Bogotá, Colombia.

Nicholson, Rebecca, "From Coke's flower power to Kendall Jenner's Pepsi ad-how ads co-opt protest", *The Guardian*, fechado el 5 de abril de 2017, <<https://www.theguardian.com/business/2017/apr/05/from-okes-flower-power-to-kendall-jenners-pepsi-ad-how-ads-co-opt-protest>>. [Consulta: 24 de abril de 2017].

Ontañón, Antonio, " "La vanguardia no se rinde": Guy Debord y el Situacionismo", *Revista impresa, Situaciones*, No. 1, consultado en: <<http://situaciones.info/revista/la-vanguardia-no-se-rinde-guy-debord-y-el-situacionismo/>>. [Consulta: 4 de marzo de 2017].

Osborne, Peter and Charles, Matthew, "Walter Benjamin", *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*, (otoño 2015 edición), Edward N. Zalta (ed.), <<https://plato.stanford.edu/archives/fall2015/entries/benjamin/>>. [Consulta: 4 de mayo de 2016].

Paul, Christiane, "Chapter 3. Themes in Digital Art" en Digital Art, Thames and Hudson, Inglaterra, 2008, pp. 139-246.

Perez, Juan Carlos, "Facebook's Beacon More Intrusive Than Previously Thought", *PCWorld*, fechado el 30 de noviembre de 2007,

<<http://www.pcworld.com/article/140182/article.html>>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

Pfeifle, Mark, "A Nobel Peace Prize for Twitter?", *The Christian Science Monitor*, *fechado el 6 de julio de 2009*,  
<<http://www.csmonitor.com/Commentary/Opinion/2009/0706/p09s02-coop.html>>.  
[Consulta: 24 de febrero de 2017].

Pijamasurf, "Facebook monitorea las páginas que navegas incluso cuando te desconectas", Pijamasurf, *fechado el 27 de septiembre de 2011*,  
<<http://pijamasurf.com/2011/09/facebook-monitorea-las-paginas-que-navegas-incluso-cuando-te-desconectas/>>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

-"Facebook arruinó la política, la privacidad y saca lo peor de nosotros mismos", Pijamasurf, *fechado el 10 de noviembre de 2016*,  
<[http://pijamasurf.com/2016/10/facebook\\_arruino\\_la\\_politica\\_la\\_privacidad\\_y\\_sac\\_a\\_lo\\_peor\\_de\\_nosotros\\_mismos/](http://pijamasurf.com/2016/10/facebook_arruino_la_politica_la_privacidad_y_sac_a_lo_peor_de_nosotros_mismos/)>. [Consulta: 4 de febrero de 2017].

-"¿Por qué a Facebook no le conviene que te enamores (y mucho menos que inicies una relación)?", Pijamasurf, *fechado el 17 de febrero de 2016*,  
<<http://pijamasurf.com/2016/02/por-que-a-facebook-no-le-conviene-que-te-enamores-y-mucho-menos-que-inicies-una-relacion/>>. [Consulta: 4 de febrero de 2017].

Polo Serrano, David, "La filosofía 2.0 y la explosión audiovisual en internet", en *Razón y Palabra* (revista digital), Número 70, año 14, *noviembre-diciembre 2009-enero 2010*, <<http://razonypalabra.org.mx/N/N70/POLO-Revisado.pdf>>. [Consulta: 4 de junio de 2016].

Prado, Gilberto, "Arte en red: algunas indagaciones sobre creación, experimentación y trabajo compartido" en *Arte y Políticas de Identidad*, vol. 1, *diciembre, 2009*, pp. 241-250, Universidad de São Paulo.

Preciado, Beatriz, Testo Yonqui, Espasa Calpe, España, 2008.

Proud, Alex, "Facebook brings out the worst in people. Here's nine reasons why it's ruining the internet", *The Telegraph*, *fechado el 29 de junio de 2016*.

<<http://www.telegraph.co.uk/men/thinking-man/facebook-brings-out-the-worst-in-people-heres-nine-reasons-why-i/>>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

Quesada, Juan Diego, “Más que niño bien, ‘mirrey’”, El País Semanal, fechado el 6 de marzo de 2015, <[http://elpais.com/elpais/2015/03/06/estilo/1425645258\\_606363.html](http://elpais.com/elpais/2015/03/06/estilo/1425645258_606363.html)>. [Consulta: 24 de mayo de 2016].

Raphael, JR, “The Hidden Secrets of Online Quizzes”, PCWorld, fechado el 12 de mayo de 2009, <[http://www.pcworld.com/article/164527/online\\_quizzes.html](http://www.pcworld.com/article/164527/online_quizzes.html)>. [Consulta: 4 de febrero de 2017].

Rodríguez, Delia, “Twitterrevolución”, El País Semanal, fechado el 13 de marzo de 2011, <[http://elpais.com/diario/2011/03/13/eps/1300001214\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2011/03/13/eps/1300001214_850215.html)>, [Consulta: 24 de febrero de 2016]

Rodríguez Cabrera, V., Múniz, E. y List, M. (coordinadores), Prácticas corporales. En la búsqueda de la belleza, La Cifra, México, 2015, (Teoría y Análisis).

Ronson, Jon, “ 'Overnight, everything I loved was gone': the internet shaming of Lindsey Stone”, The Guardian, fechado el 21 de febrero de 2015, <<https://www.theguardian.com/technology/2015/feb/21/internet-shaming-lindsey-stone-jon-ronson>>. [Consulta: 4 de febrero de 2017].

Ruddick, Graham, “Admiral to price car insurance based on Facebook posts”, The Guardian, fechado el 2 de noviembre de 2016, <<https://www.theguardian.com/technology/2016/nov/02/admiral-to-price-car-insurance-based-on-facebook-posts>>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

Salinas, Arturo, “Yo aquí sufriendo con estos indígenas: directora de Inmujer”, Excélsior, fechado el 27 de febrero de 2015, <<http://www.excelsior.com.mx/nacional/2015/02/27/1010695>>. Consulta: 4 de febrero de 2017].

Seisdedos, Iker, “Da la impresión de que todo anda fuera de control”, El País, fechado el 19 de agosto de 2012, <[http://cultura.elpais.com/cultura/2012/08/19/actualidad/1345406113\\_154130.html](http://cultura.elpais.com/cultura/2012/08/19/actualidad/1345406113_154130.html)>. [Consulta: 4 de febrero de 2017].

Sehgal, Kabir, “The Internet Makes Us Stupid and Here’s Why”, Fortune, fechado el 3 de febrero de 2016, <<http://fortune.com/2016/02/03/nicholas-carr-internet/>> [Consulta: 24 de enero de 2017].

Sibilia, Paula, El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales, Fondo de Cultura Económica, Argentina, 2005, (Colec. Popular: Serie Breves).

Sofsky, Wolfgang, Defensa de lo privado. Una apología [traducción de Marciano Villanueva Salas], Pre-textos, España, 2009.

Sontag, Susan, On Photography, RosettaBooks, *Estados Unidos de América*, 2005.

Soto Ivars, Juan, Arden las redes. La poscensura y el nuevo mundo virtual, Penguin Random House, España, 2017.

Stalder, Felix, “Autonomy and Control in the Era of Post-Privacy”, Notes & nodes on society, technology and the space of the posible, fechado el 14 de junio de 2010, <<http://felix.openflows.com/node/143>>. [Consulta: 2 de febrero de 2017].

Sullivan, Andrew, “The Revolution Will Be Twittered”, Atlantic Magazine, fechado el 13 de junio de 2009, <<https://www.theatlantic.com/daily-dish/archive/2009/06/the-revolution-will-be-twittered/200478/>>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

The Washington Times, “EDITORIAL: Iran’s Twitter revolution”, The Washington Times, fechado el 16 de junio de 2009, <<http://www.washingtontimes.com/news/2009/jun/16/irans-twitter-revolution/>>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].



Thielman, Sam, "Facebook news selection is in hands of editors not algorithms, documents show", The Guardian, fechado el 12 de mayo de 2016, <<https://www.theguardian.com/technology/2016/may/12/facebook-trending-news-leaked-documents-editor-guidelines>>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

Vargas Llosa, Mario, La civilización del espectáculo, Punto de Lectura, México, 2015.

Virilio, Paul, Art and Fear [traducción Julie Rose], Continuum, *Gran Bretaña*, 2003.

-Ciudad Pánico. El afuera comienza aquí [traducción de Iair Kon], Libros del zorzal, Argentina, 2006.

-El accidente original [traducción de Irene Agoff], Amorrortu, Argentina, 2009.

-El arte del motor. Aceleración y realidad virtual, Buenos Aires, editorial Manantial, 1996.

-El Ciber mundo, la política de lo peor. Entrevista con Phillippe Petit [traducción de Mónica Poole], Cátedra, España, 1997, (Colección Teorema).

-Estética de la desaparición [traducción de Noni Benegas], 2ª edición, Editorial Anagrama, España, 1998.

-La inercia polar [traducción de Miguel Rubio Saguna], Prometeo libros, España, 1999.

-La máquina de visión [traducción de Mariano Antolin Rato], 2ª edición, Cátedra, España, 1998.

-La velocidad de liberación [traducción de Eduardo Sinnott], Manantial, Argentina, 1995.

-La administración del miedo [traducción de Salvador Pernas Riaño], Pasos Perdidos, España, 2016.

-“Speed and Information: Cyberspace Alarm!” [Traducción de Patrice Riemens], CTheory.net, fechado el 27 de agosto de 1995, <<http://www.ctheory.net/articles.aspx?id=72>>. [Consulta: 6 de febrero de 2016].

-The information bomb [traducción Chris Turner], Verso, Reino Unido, 2000, (Radical Thinkers Series).

-Velocidad y política [traducción de Víctor Goldstein], La marca, Argentina, 2006, (Biblioteca de los confines).

Wakefield, Jane, "Facebook quizzes: What happens to your data?", BBC News, fechado el 26 de noviembre de 2015, <<http://www.bbc.com/news/technology-34922029>>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

Weaver, Matthew, "Iran's 'Twitter revolution' was exaggerated, says editor", The Guardian, fechado el 9 de junio de 2010, <<https://www.theguardian.com/world/2010/jun/09/iran-twitter-revolution-protests>>. [Consulta: 24 de febrero de 2017].

Williams, Ray, "Is the Internet making us dumber?", Psychology Today, fechado el 19 de julio de 2011, <<https://www.psychologytoday.com/blog/wired-success/201107/is-the-internet-making-us-dumber>>. [Consulta: 24 de enero de 2017].

Wilson, Mark, "Stop doing quizzes on Facebook if you place any value on your privacy", BetaNews, 19 de diciembre de 2015, <<https://betanews.com/2015/12/19/stop-doing-quizzes-on-facebook-if-you-place-any-value-on-your-privacy/#comments>>. [Consulta: 4 de febrero de 2017].