

Ian Ramos González¹

Del anonimato a la hiper visualización: ver y ser vistos en la época de internet

Fecha de recepción: 23 de diciembre de 2020

Fecha de aceptación: 30 de marzo de 2021

144

Resumen

Este trabajo pretende explorar la Red como un espacio de ensayo de la identidad e indagar en cómo aplicaciones sociales (Facebook, Instagram...) inciden en nuestras subjetividades hasta el punto de alterarlas, generalmente con fines plenamente capitalistas. Sin embargo, la libertad otorgada por el espacio virtual a la capacidad de expresión de lo no normativo se ve mermada por la réplica de las políticas discriminatorias vividas al otro lado de la pantalla. En consecuencia, cabe preguntarse: ¿Es acaso la red un espacio tan seguro como se cree? ¿Cómo se vive ahí?

Palabras clave: internet, redes sociales, subjetividades, espacio virtual, identidad

Abstract

This work pretends to explore Net like a space for trying and perform identities and inquire how social applications (Facebook, Instagram...) affects our subjectivities to alter them with capitalist purposes generally. However, the liberty to express the no normative on virtual spaces it's attacked by discriminatory politics on the other side of the PC screen, working like a parallel world. We will wonder: Is Internet a safe space just like everyone believes? How can we live there?

Keywords: internet, social network, subjectivities, virtual space, identity

¹ Graduado en Historia del Arte por la Universidad Autónoma de Madrid y especialista en Historia del Arte Contemporáneo y Cultura Visual por la Universidad Complutense de Madrid (UCM), el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (MNCARS) y la Universidad Autónoma de Madrid (UAM). Centra su línea de investigación en la construcción de subjetividades en relación con los medios audiovisuales.

Este texto pretende, epidérmicamente, exponer las impresiones que genera la red y las diferentes subjetividades que en ella habitan imbuido conscientemente por mi propia experiencia como navegante. Esperanzados con las teorías deconstructivas de identidad en la red, que tuvieron su auge en la década de los 90, nuestras vivencias actuales dentro del entorno virtual no consiguen sino evidenciar el cariz utópico de estas ideas². Internet ha acabado por convertirse en un hervidero de necesidad de verificación y de manera cada vez más evidente, se entremezcla nuestro propio *yo* con la tecnología. La imposibilidad de separación, a expensas de salirse de esta corriente de datos continua, puede relegarnos al ostracismo tecnológico-social. Nuestro ritmo de conocimiento parecerá ralentizarse, no habitaremos la red con nuestra imagen y en consecuencia, no seremos nadie en la inconmensurable explanada mundial de habitantes-usuarios con posibilidad de wifi³. No obstante, cabrá preguntarse: ¿Cómo se habita una virtualidad que llega a transgredir nuestras fronteras estético-corporales? ¿De qué manera lo hacen las subjetividades disidentes? ¿Y qué queda de nuestros cuerpos?

En internet no existe el espacio físico, pero tampoco transcurre el tiempo, ambas cosas solo ocurren al otro lado de la pantalla donde a nuestro cuerpo le urgen necesidades fisiológicas irremediables como aliviarse en un aseo, comer o dormir. Sin embargo, mientras que allí donde tecleamos somos ente de carne de férrea identidad, la red se concibió, en un principio, como lugar de alterabilidad plena. Llamados a experimentar la libertad de no-posesión de un cuerpo, artistas y filósofos de los 90 se sintieron pletóricos con esta superación del *yo-cárnico* en pos de los *yoes-virtuales*⁴. Si para Umberto Eco los prismáticos resultaban una extensión de nuestra vista (una prótesis)⁵, internet se convertiría en una ampliación de nuestras capacidades socioafectivas. De esta manera, se provocaba

² Zafra, Remedios., La imposibilidad de un mundo sin párpados. Ensayo sobre la intimidad conectada en *ISEGORÍA. Revista de Filosofía Moral y Política*, nº 60, enero-junio, 2019, p. 61

³ Esta es la idea principal del texto de Remedios Zafra: *La imposibilidad de un mundo sin párpados. Ensayo sobre la intimidad conectada*, citado en la nota anterior.

⁴ Para más información sobre esta idea y su ampliación sobre la obsesión de esta década por la ciencia ficción y el body-horror puede leerse NAVARRO, Antonio José (Ed.), *La nueva carne: una estética perversa del cuerpo*, Ed. Valdemar-Intempestivas, 2002

⁵ Eco, Umberto, *De los espejos y otros ensayos*, España: DeBolsillo, 2017 p. 15



un desplazamiento del concepto de identidad como herencia genética y familiar hacia un planteamiento acusadamente performativo. Conectados se abría ante nosotros un abanico de posibilidades entre las que se incluían cambiar de nombre o género, modelar la fisionomía y estética de nuestros avatares e inclusive poseer⁶ cuerpos híbridos de otras razas, estos últimos puntos entrados ya en la década de los 2000 cuando la programación de salas de chat por avatar se volvió un interés general y *Second Life*⁷ alcanzara la cumbre volviéndose la plataforma favorita de los usuarios.

A finales de los 90 el uso de internet estaba reservado para la consulta de información, no siendo en absoluto necesario otorgar tantos datos personales como pueda hacerse actualmente. Nuestra identidad quedaba íntimamente ligada al uso del *nickname* en foros o chats, pudiendo responder este a nuestra esencia *offline* o alejarse completamente de ella. La incapacidad emotiva del texto escrito se solventaba con el uso de *emoticonos* que, a través de conjunciones de signos, codificaban los estados de ánimo y los trasladaban al campo de las relaciones virtuales. Estas páginas de interacción primigenias fueron el caldo de cultivo que propició la aparición de las redes sociales, evento fuertemente marcado por la fundación de la archiconocida plataforma *Facebook* en el año 2004. La red se concebía así espacio de expresión y en consecuencia, era el propio usuario el que debía devenir perfil público otorgando a la aplicación una constante de datos informacionales sobre sí mismo.

Este cambio de paradigma propició la intervención de ideologías capitalistas en su evolución, de manera que la propia existencia en red quedaba relegada a convertirse en mercancía de la que poder obtener beneficio⁸. Nació así el término *big data* que refiere al flujo ingente de datos personales que viaja errático por los servidores de las grandes empresas en línea y que constituye la

⁶ Aclaro aquí el verbo usado: *poseer* de *posesión*, como el ente fantasmal que habita un cuerpo ajeno, pero continúa manteniendo su consciencia. Considero la creación de estos avatares receptáculos ocasionales de nuestros deseos y/o aspiraciones existiendo con ellos una distinción clara entre el espacio *online* y *offline*. La posesión, en esta irrupción fantasmal, implica entrar en un cuerpo y consecuentemente, salir de él debido a que somos conscientes de que este no termina de pertenecernos.

⁷ L.M., "Second Life: Un mundo virtual" En *Revista Escritura Pública*, N° 49, pp. 26-28

⁸ Martín Prada, Juan., *Prácticas artísticas e internet en la época de las redes sociales*, Madrid, Ed. Akal, 2015, pp. 33-34.

moneda de mayor valor en el mercado a nivel mundial. En su texto *La humanidad aumentada: la administración digital del mundo*⁹, Éric Sadin denomina *tecnoliberalismo* a esta unión de tecnología y mercado cuya base principal es anular la facultad de juicio del usuario en red. Cuanto más conocimiento reúnan sobre nosotros más pueden construir un perfil comercial acorde, anticipándose a nuestros deseos antes siquiera de sentir la necesidad en sí misma. En consecuencia, estas redes sociales no solo nos instan a devenir imagen en nuestros perfiles, también incitan a convertirnos en constructores inconscientes de parcelas de información. Hablemos de cenar y espontáneamente, emergerá un anuncio de un restaurante; divirtámonos con cualquier vídeo de gatos y la aplicación dejará a nuestra elección el visionado de una veintena más. Shoshana Zuboff llama a este momento *la era del capitalismo de la vigilancia* debido a que ni tan siquiera nuestro hogar, como espacio de intimidad y privacidad, puede escapar de esta monitorización continua¹⁰. Los móviles y *tablets* se han adherido como si de prótesis se trataran y conviven con nosotros como uno más. Por otro lado la introducción de las redes sociales como plataformas de socialización confluye en la creación y el modelamiento de nuestra imagen a sabiendas de que estamos expuestos pública(*virtual*)mente. En esta última década la veracidad del contenido *en línea* llega a impregnar ámbitos como el profesional o el afectivo: es el caso de *LinkedIn* que actúa como un *currículum vitae* interactivo y permite mantener relaciones de cercanía con usuarios de intereses laborales similares; por otro lado, *Tinder* una *app* de interacción romántico-amistosa, ofrece a sus usuarios la opción de *verificar perfil* de forma que la empresa pueda constatar que el titular de la cuenta es aquel que aparece en sus propias fotografías¹¹, fomentando una comunicación sincera entre sus usuarios.

En esta suerte de conexión veraz de consecuencias mercantiles cabe destacar la figura de los famosos como máximos exponentes del apogeo capitalista. Su aparición en redes sociales como *Instagram* ha transgredido su aparente divinidad, aquella aura que Edgar Morin ya identificó en relación con el *star system*

⁹ Sadin, Éric., *La humanidad aumentada. La administración digital del mundo*, Caja Negra Editora, Buenos Aires, 2017.

¹⁰ Zuboff, Shoshana, *La era del capitalismo de la vigilancia. La lucha por un futuro humano frente a las nuevas fronteras del poder*, Paidós: estado y sociedad, Barcelona, pp. 15-43

¹¹ Mediante una sucesión de *selfies* en la posición indicada, la aplicación decidirá si nuestro rostro tiene una similitud total con la persona del perfil que decimos poseer.



americano¹². Sus estrellas de Hollywood son ídolos en su concepción más clásica, cuasi celestiales, no pudiendo acercarnos a ellos debido a una relación marcadamente vertical. Existe no obstante un proceso de identificación que termina por quedar truncado por limitarse únicamente a la imitación: jamás podríamos alcanzar el *glamour* que desprenden Audrey Hepburn o Marlon Brando. Se conciben como seres únicos y nos es impensable visualizarlos más allá de su imagen como ídolos.

No obstante, el uso de las redes sociales ha permitido concebir una idea más humana: la publicación en línea de aspectos de su vida privada permite contemplarlos alejados de su idealización y en consecuencia, sentirlos mucho más cercanos a nosotros. Siendo además altavoces de una biografía donde la fama llegó por actos meritocráticos o por un golpe de suerte, promueven la idea del *it could be you*¹³ dando al espectador esperanzas de poder alcanzar su nivel de vida en algún momento. No obstante, las redes sociales funcionan con la lógica de “compartir lo que quiero que crean que he vivido” de tal manera que es habitual crear una falsa ilusión de bienestar¹⁴.

Si bien antes mencionamos el *capitalismo de la vigilancia*, podemos ahora nombrar el *capitalismo emocional* donde el sistema aprovecha la figura de las estrellas para vender un modo de vida determinado o por otro lado, hace de los ídolos maniqués vivientes, patrocinadores de marcas de todo tipo: ropa, complementos, tecnología... aprovechando que no tenderemos a fijar la vista en un *otro*¹⁵ en peor situación¹⁶. El ejemplo más claro lo menciona Martín Prada en base a la experiencia vivida por la teórica Kaja Silverman. Ella, relata, caminaba por la calle cuando se cruzó con un mendigo y se sorprendió apartando la mirada sin dudarle un segundo. Silverman analizó las causas de aquella acción y terminó por concluir que nuestro deseo de identificación funciona de manera similar a aquella escena, puesto que no queremos prestar atención a subjetividades incómodas

¹² Edgar Morin citado En Mattei, María Michela, “El divismo en tiempos de #Instagram”, *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, Vol. 20, 2015, p. 99

¹³ Traducción del autor: *podrías ser tú*

¹⁴ Zafra, Remedios., *Redes y posverdad en En la era de la posverdad*, ed. Calambur, Madrid, 2017.

¹⁵ Otro como un sujeto ajeno, alguien que no somos nosotros y de cuya negación derivan infinidad de posibilidades.

¹⁶ El artista Hal Hefner dedica su colección *Consume* a criticar esta situación EN <http://www.consumepopculture.com/>

precisamente porque podríamos llegar a ser nosotros¹⁷. Efectuamos un acto de omisión porque preferimos tener metas altas, fijar la vista en referentes que puedan aportarnos mejoría¹⁸.

Queremos sentirnos identificados con Billie Eilish o Chris Hemsworth, absorber de ellos todos esos códigos que nos permiten recibir una atención similar: su cuerpo, su pelo, su aspecto, su personalidad...y reproducirlos en nuestros propios cuerpos físico-virtuales como una suerte de mejora para con el aspecto social. Totalmente conscientes de la red como un espacio de socialización paralelo nos hemos transformado en seres virtuales y en consecuencia, nos actualizamos constantemente¹⁹. La imagen se ha convertido en un lenguaje adicional para nuestra generación y consecuentemente, creamos una cantidad ingente de ellas para su uso comunicacional: sea través de nuestras fotografías, sea con la utilización de emoticonos, memes o GIFs. Warhol dijo una vez que en el futuro todo el mundo tendría sus quince minutos de fama y actualmente no podemos sino confirmar su vaticinio. No obstante, las fotografías que subimos a las redes sociales cumplen muchos fines²⁰, pero generalmente son utilizadas para centrar la atención sobre nuestra propia persona, habiendo germinado en nosotros la necesidad constante de ser visibles.

La manera en que *performamos*²¹ nuestra identidad se encuentra en constante cambio con el objetivo de resultar atractivos, no en vano somos seres sociales y nuestra finalidad no es otra que encontrar la aceptación del grupo.

¹⁷ Martín Prada, Juan., *Prácticas artísticas e internet en la época de las redes sociales*, Madrid, Ed. Akal, 2015, p. 40.

¹⁸ Mattei, María Michela, "El divismo en tiempos de #Instagram", *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, Vol. 20, 2015, p. 100

¹⁹ "De distintas maneras en nuestra vida cotidiana sentimos la presión que empuja a ser traducidos a un mismo idioma-código, la humanidad monitorizada en pro de hacer el mundo operativo, de no renunciar a la velocidad productiva" en Zafra, R., "La imposibilidad de un mundo sin párpados. Ensayo sobre la intimidad conectada" en *ISEGORÍA. Revista de Filosofía Moral y Política*, nº 60, enero-junio, 2019, p. 64

²⁰ La gratificación de compartir fotografías en redes sociales como Facebook se debe a seis razones: recibir afecto, llamar la atención, interactuar con otros usuarios, revelar algo sobre nosotros, por hábito o por influencia social En Malik, Aqdas, DHIR, Amandeep y Nieminen, Marko, "Uses and gratifications of digital photo sharing on Facebook", *Telematics and Informatics Elsevier*, Aalto University, 2015, p. 132

²¹ Llevar a cabo un acto de performatividad, término acuñado por la filósofa Judith Butler que refiere a una conformación de nuestra identidad mediante la asunción y repetición de conductas inmersas en el lenguaje sociocultural En Estella, Ignacio, "Performatividad" en Platero, Lucas., Rosón, María. y Ortega, Ester (eds.), *Barbarismos queer y otras esdrújulas*, Barcelona: Edicions Bellaterra, 2017, pp. 332-337



Creamos y recontextualizamos imágenes convirtiéndolas en memes/reacciones [FIG.1], entendemos los códigos lingüísticos que nos ofrecen las mismas y analizamos su contenido para así poder responder en consecuencia. Como ejemplo podemos trabajar en base a la [FIG. 2] donde Jennifer Anniston realiza el conocido como gesto *duckface*²², consistente en la simulación gestual de un beso con el fin de afilar los rasgos de la cara para aumentar nuestro atractivo. Siendo un código predominantemente femenino que ayuda a encajar nuestro rostro en un canon de belleza concreto y habiendo sido realizado por una estrella de la pantalla, no es difícil vaticinar que terminará siendo imitado por millones de personas en sus redes sociales. Reproducirlo no será sino una muestra de que nuestra gestualidad se encuentra en perfecta armonía con aquella considerada mayoritaria y que, por tanto, nos encontramos en sintonía con el código de socialización predominante. En términos coloquiales: *estamos en la onda*. Sin embargo, esta implosión de imágenes y códigos nos obliga a un compromiso y una participación constantes si queremos resultar parte integrante en los espacios de socialización tanto físicos como virtuales al estar interconectados el uno con el otro. El filósofo canadiense Marshal McLuhan acuñaría el término *edad de la ansiedad*²³ para referirse a esta frustración sentida al no poder seguir de manera fructífera las constantes transformaciones del entorno sociocultural. Vivimos en lo que Zafra denomina *presente continuo* donde atender el constante flujo de información y responder en consecuencia requeriría de nosotros un trabajo continuo de atención²⁴.

En la actualidad nuestra capacidad inmediata de conexión a internet desde cualquier parte del mundo nos ha conferido un estatus similar a la *aldea global*²⁵ teorizada por el previamente mencionado filósofo. En ella, la comunicación inmediata rompía fronteras espaciotemporales, acercando sucesos y vivencias que acontecían a miles de kilómetros de nuestra ubicación. No obstante, el desplazamiento de las dinámicas de poder y discriminación a lo virtual sería una

²² Miller, Sarah, "Duck Hunting on the Internet", *The New York Times*, May 25, 2011 https://www.nytimes.com/2011/05/26/fashion/duckface-photos-on-facebook-draw-backlash.html?_r=0

²³ Ávalos, Alexia, "La aldea McLuhan" en *FACTum*, 26 de julio de 2017 <https://www.revistafactum.com/la-aldea-mcluhan/>

²⁴ Zafra, Remedios., "La imposibilidad de un mundo sin párpados. Ensayo sobre la intimidad conectada" en *ISEGORÍA. Revista de Filosofía Moral y Política*, nº 60, enero-junio, 2019, p. 53

²⁵ McLuhan, Marshall y Powers, B.R, *La aldea global*, Barcelona, Editorial Gedisa, 1995

consecuencia que McLuhan no llegaría a anticipar. De esta forma el espacio virtual, que en los 90 se creía libre, evoluciona hasta el punto de reforzar actos de marginación que creía poder resolver. En palabras de Sandy Stone, teórica estadounidense:

“Todo esto de pensar e imaginar subjetividades incorpóreas en el espacio virtual solo refuerza la exclusión que estas sufren fuera de la pantalla”²⁶

151

Para las subjetividades no normativas (es decir, las personas LGTB+ o racializadas, por citar un ejemplo) dentro de sus propios círculos la red se erige un espacio seguro, los algoritmos de las redes propician, de hecho, la cercanía de usuarios con ideas y pretensiones similares a las nuestras. Consecuentemente forman comunidad²⁷ cuya intención será procurarse afecto y cuidado entre los integrantes convirtiendo su parcela virtual de reunión en un entorno de libre expresión²⁸. Otro aspecto notable en lo que respecta a la habitabilidad en línea de estas subjetividades es su capacidad de reformular contenidos culturales populares. No viéndose representados en el medio audiovisual imperante efectúan un acto de apropiación y subversión mediante la creación de *fanarts*²⁹ o *fanfics*³⁰ en una suerte de activismo inconsciente. Modulando las identidades y/u orientaciones sexuales de sus personajes favoritos consiguen crear una relación de semejanza y en consecuencia de afecto, mucho más fuertes debido a que, dentro de sus propias creaciones, se sienten completamente validados³¹. La escasez de la

²⁶ Sandy Stone argumentará que la tendencia a imaginar subjetividades incorpóreas es un viejo truco según el cual la sociedad patriarcal pretende ocultar los procesos de sometimiento y de exclusión en los que se basa la formación de sujetos, en este caso en internet En Carrillo, Jesús., *Arte en la red*, Madrid, Ed. Cátedra, 2004, p. 125

²⁷ *Comunidad virtual* entendida como lo hará el autor Howard Rheingold: un grupo social que emerge de internet cuando una cierta cantidad de individuos prolongan su comunicación durante un tiempo y con una intensidad suficiente para producir una red estable de relaciones. El último reducto de sociabilidad comunitaria en la sociedad contemporánea en *Íbidem*, pp. 122-123

²⁸ *Íbidem*, p. 140

²⁹ Arte realizado de manera aficionada por los seguidores de una obra. El *fanart* trabaja la representación de personajes entroncados en un mundo de ficción ya creado, generalmente en libros, películas o series.

³⁰ Escritos realizados de manera aficionada por los seguidores de una obra. El *fanfiction* es una narrativa, de uno o varios capítulos (*one-shot/long-shot* respectivamente), mayoritariamente de temática amoroso /sexual, que gira en torno a mundos de ficción ya creados, generalmente en libros, películas o series, utilizando a sus respectivos personajes. Definiciones en base a <https://www.urbandictionary.com/>

³¹ En términos teóricos esta recontextualización y consecuente creación de nuevas imágenes o identidades es llamada *bricolage*. Willet, Rebekah, “Consumer citizens online: structure, agency and gender in online participation” *Youth, identity and Digital Media*, The John D. and Catherine T.



representación trans* es un claro ejemplo de problemática solucionada a través de esta actividad apropiacionista: el archiconocido detective Sherlock Holmes (interpretado por el actor inglés Benedict Cumberbatch, protagonista de la serie *Sherlock* que lleva en antena desde 2010) fue inmortalizado en los fanarts antes mencionados, mayoritariamente compartidos en la red social *Tumblr*. En estas obras vestía un *binder*³² o poseía cicatrices claras de una mastectomía, cirugía ligada generalmente a las identidades transmasculinas.

Desde el apogeo de las redes sociales y su consecuente necesidad de fabricar imágenes de uno mismo, la red ha devenido espacio de visibilización y validación de estos sujetos antes apartados del espacio público mediático. Sin alejarnos del colectivo antes mencionado, las identidades trans* no encuentran inconveniente en mostrar que también poseen cuerpos atractivos y deseables generalmente a través de imágenes cuyo código visual se asemeje al erotismo de una representación *cisgénero*³³. Es el caso del *cosplayer*³⁴ y modelo @Everybery³⁵ cuyo contenido fotográfico acostumbra a tener un cierto cariz erótico. La visibilidad que otorga internet se convierte en una herramienta de cuantioso valor y actualmente solo necesitamos de una cuenta en redes sociales y la cámara de nuestros teléfonos u ordenadores para permitirnos *ver y ser vistos*.

Plenamente consciente de la importancia del contenido en relación con el amplio espectro de consumidores actualmente existentes, la industria cultural se adapta a los deseos por ella misma evocados³⁶ y rompe el esquema de características normativas al que nos tenía acostumbrados: esto es, personajes blancos, europeos, heterosexuales y cisgénero. La representación supone asumir desde el sistema la existencia de estas subjetividades, siendo complejo discernir hasta qué punto sus historias resultan válidas o simplemente son añadidos para

MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning, Cambridge, MA: The MIT Press, 2008, p. 52

³² Faja compresora utilizada para aplanar los pechos y darles una apariencia masculina.

³³ Dícese de la persona que se encuentra conforme con el género que le fue asignado al nacer.

³⁴ Juego de palabras entre *costume* y *play*, significando literalmente: juego de disfraces. Un *cosplayer* refiere a la persona a quien le gusta disfrazarse de sus personajes de películas, libros, series o animes favoritos, generalmente para un evento multitudinario (la Comic Con, citando un ejemplo). Definición en base a <https://www.urbandictionary.com/>

³⁵ https://twitter.com/everybery_ftm

³⁶ Los productos culturales y por tanto las identidades representadas son variables a lo largo del proceso histórico En Horkheimer, Max, y Adorno, Theodor, *Dialéctica de la Ilustración: fragmentos filosóficos*, Madrid, Editorial Trotta, 1998, p. 167

ganar audiencia. En estos tiempos convulsos que nos ha tocado vivir, independientemente de la opción elegida, el solo hecho de que resulten dignas de atención ha suscitado en el ambiente político un resurgir de la extrema derecha. Esta reacción no consigue sino enfatizar la existencia de una discriminación sistemática que rápidamente encuentra respuesta en la red. Desde las comunidades de minorías afectadas comienzan a llevarse a cabo acciones de denuncia, generalmente a través de la movilización o la creación artística, la formulación teórica o la escucha de experiencias personales. De esta forma se sucede no solo una señalización, sino también una pedagogía que ayuda a desestabilizar la estructura de pensamiento dominante.

En su libro *Los condenados de la pantalla* la artista Hito Steyerl menciona un tipo de sujetos denominados las *personas spam*, que no son otras que aquellas que impregnan los millones y millones de anuncios publicitarios que habitan en la red. Todos ellos poseen unas cualidades similares: son caucásicos y parecen encontrarse estables tanto física como emocionalmente. Steyerl entonces hipotetiza la posibilidad de una invasión alienígena donde estos anuncios son el único documento gráfico a su alcance y concluye con que nuestros visitantes se llevarían una imagen completamente falseada de nosotros³⁷. Incapaces de vernos reflejados en estas *personas spam*, su sola visualización provoca temor por nuestros cuerpos cárnicos, moldeables y en definitiva, socialmente imperfectos.

Las fotos que abundan en los perfiles de redes sociales como Facebook o Instagram resultan de seleccionar aquella que agrade al ojo ajeno³⁸, teniendo como objetivo la aceptación de la mirada dominante. Fuera del espacio virtual el propio cuerpo terminará por sentirse algo ajeno, que habitamos por inercia pero que no nos pertenece, confluyendo en una obsesión enfermiza por el culto al cuerpo y la validación. Si bien nadie niega nuestra naturaleza social, podemos confirmar que las relaciones humanas se han convertido en una suerte de danza de apareamiento.

³⁷ Steyer, Hito., *Los condenados de la pantalla*, Barcelona, La Caja Negra, 2012 pp. 167-184

³⁸ Lo que Martín Prada denomina *mirada cultural*, que hace referencia a aquella que designa las formas de mirar inducidas por ese cúmulo de imágenes ideales que cada uno de nosotros ha ido fijando a lo largo de su vida En Martín Prada, Juan., *El ver y las imágenes en el tiempo de internet*, Madrid, Ed. Akal, 2018, p. 46



Los ojos son actualmente el órgano máspreciado y nuestras capacidades de selección se han agudizado ante los diferentes códigos estéticos, emitiendo juicios de valor desde la lectura de los códigos de la imagen fotográfica. Funcionamos en lo social, ahora incluso más marcadamente, como una aplicación de Tinder andante.

Siendo plenamente conscientes de esta supremacía de lo visual y las infinitas posibilidades de modulación y edición existentes no debiéramos sucumbir con tanta facilidad a los encantos de la imagen. El objetivo de la cámara del que se pretende huir a complejado no es en absoluto selectivo y la fácil propensión a emitir opinión en la red no conviene que marque férreamente las pautas de nuestros hábitos de vida al otro lado de la pantalla. Fontcuberta dirá con razón que habitamos la imagen y que la imagen nos habita en consecuencia³⁹; si bien nuestra mentalidad contemporánea ensarta sus raíces en este paradigma conviene pensar: ¿Hasta qué punto debemos poner límites a esta relación presuntamente simbiótica?

³⁹ Fontcuberta, Joan., *La furia de las imágenes. Notas sobre la postfotografía*, Galaxia Gutenberg, Barcelona, 2016, p. 9.

Anexo de figuras



[FIG. 1] Un meme de *kombucha girl* (izq.) y su esquema en blanco para ser rellenado por otros usuarios (der.)



[FIG. 2] Jennifer Anniston realizando el conocido gesto *duckface*

Bibliografía

Ávalos, Alexia, “La aldea McLuhan” en *FACTum*, 26 de julio de 2017
<https://www.revistafactum.com/la-aldea-mcluhan/>

Carrillo, Jesús, *Arte en la red*, Madrid, Ed. Cátedra, 2004.

Eco, Umberto, *De los espejos y otros ensayos*, España: DeBolsillo, 2017.

Horkheimer, Max. y Adorno, Theodor., *Dialéctica de la Ilustración: fragmentos filosóficos*, Madrid, Editorial Trotta, 1998.

L. M., “La @: Second Life: Un mundo virtual” EN *Revista Escritura Pública*, Nº 49, pp. 26-28.

Malik, Aqdas, Dhir, Amandeep y Nieminen, Marko, “Uses and gratifications of digital photo sharing on Facebook”, *Telematics and Informatics Elsevier*, Aalto University, 2015, pp. 129-138.

Martín Prada, Juan., *Prácticas artísticas e internet en la época de las redes sociales*, Madrid, Ed. Akal, 2015.

Mattei, María Michela, “El divismo en tiempos de #Instagram”, *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, Vol. 20, 2015, pp. 95-107.

McLuhan, Marshall y Powers, B.R, *La aldea global*, Barcelona, Editorial Gedisa, 1995

Miller, Sarah, “Duck Hunting on the Internet”, *The New York Times*, May 25, 2011
<https://www.nytimes.com/2011/05/26/fashion/duckface-photos-on-facebook-draw-backlash.html? r=0>

Navarro, Antonio José (Ed.), *La nueva carne: una estética perversa del cuerpo*, Ed. Valdemar-Intempestivas, 2002.

Oneto, José., “El sorprendente fenómeno de ‘Second Life’” EN *Revista Escritura Pública*, nº 49.

Platero, Lucas., ROSÓN, María. y ORTEGA, Ester (eds.), *Barbarismos queer y otras esdrújulas*, Barcelona: Edicions Bellaterra, 2017.

Steyerl, Hito., *Los condenados de la pantalla*, Barcelona, La Caja Negra, 2012
SADIN, Éric., *La humanidad aumentada. La administración digital del mundo*, Caja Negra Editora, Buenos Aires, 2017.

Urban Dictionary <https://www.urbandictionary.com/>

157

Willet, Rebekah, "Consumer citizens online: structure, agency and gender in online participation" *Youth, identity and Digital Media*, The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning, Cambridge, MA: The MIT Press, 2008, pp. 49-70.

Zafra, Remedios., La imposibilidad de un mundo sin párpados. Ensayo sobre la intimidad conectada en *ISEGORÍA. Revista de Filosofía Moral y Política*, nº 60, enero-junio, 2019, pp. 51-68.

Zafra, Remedios., Redes y posverdad en *En la era de la posverdad*, ed. Calambur, Madrid, 2017.

Zuboff, Shoshana., *La era del capitalismo de la vigilancia. La lucha por un futuro humano frente a las nuevas fronteras del poder*, Paidós: estado y sociedad, Barcelona.