

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
FACULTAD DE ARTES
MAESTRÍA EN ESTUDIOS VISUALES

TRABAJO TERMINAL DE GRADO

JUEGOS Y ACTOS
DE LA IMAGEN
CONTEMPORÁNEA:
REPRESENTACIONES
DEL SUJETO Y
EL CUERPO EN
PLATAFORMAS DE
EMPAREJAMIENTO

CECILIA VALENTINA QUIROZ RAMÍREZ



Universidad Autónoma
del Estado de México





UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
FACULTAD DE ARTES
MAESTRÍA EN ESTUDIOS VISUALES



JUEGO Y ACTOS DE LA IMAGEN CONTEMPORÁNEA:
REPRESENTACIONES DEL SUJETO Y EL CUERPO
EN PLATAFORMAS DE EMPAREJAMIENTO

TRABAJO TERMINAL DE GRADO QUE PARA OBTENER EL
GRADO DE MAESTRA EN ESTUDIOS VISUALES
PRESENTA:

CECILIA VALENTINA QUIROZ RAMÍREZ

LÍNEA DE APLICACIÓN Y GENERACIÓN DEL CONOCIMIENTO:
PENSAMIENTO EN LA IMAGEN Y MEDIACIONES SOCIALES

TUTOR ACADÉMICO:

Dr. en C. C. y C. A. Alejandro García Carranco

TUTORES ADJUNTOS:

M. en A.V. Betsabé Y. Tirado Torres

Dr. en A. Janitzio Alatraste Tobilla

ASESORES:

Dr. en D. Mariano Carrasco Maldonado

M. en E. V. Cinthia Sánchez Ramos

M. en C.S. Isela Legorreta Pichardo

Fuentes tipográficas:

Kohinoor Bangla, Avenir Next Condensed, Kiona

Diseño y producción editorial:

RÁFAGA
EDICIONES

Toluca, Estado de México. Agosto de 2021



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
FACULTAD DE ARTES
MAESTRÍA EN ESTUDIOS VISUALES



JUEGO Y ACTOS DE LA IMAGEN CONTEMPORÁNEA:
REPRESENTACIONES DEL SUJETO Y EL CUERPO
EN PLATAFORMAS DE EMPAREJAMIENTO

TRABAJO TERMINAL DE GRADO QUE PARA OBTENER
EL GRADO DE MAESTRA EN ESTUDIOS VISUALES

PRESENTA:

CECILIA VALENTINA QUIROZ RAMÍREZ

LÍNEA DE APLICACIÓN Y GENERACIÓN DEL CONOCIMIENTO:
PENSAMIENTO EN LA IMAGEN Y MEDIACIONES SOCIALES

DIRECTOR DE TESIS:

Dr. en C. C. y C. A. Alejandro García Carranco

CODIRECTORA DE TESIS:

M. en A.V. Betsabé Y. Tirado Torres

TUTOR:

Dr. en A. Janitzio Alatraste Tobilla

ASESORES:

Dr. en D. Mariano Carrasco Maldonado

M. en E. V. Cinthia Sánchez Ramos

M. en C.S. Isela Legorreta Pichardo

Toluca, Estado de México. Agosto de 2021

La publicación de este material se financió con recursos
de la beca para estudios de Posgrado

CONACYT 2019 -2021



Disclaimer

El presente proyecto ha sido realizado por la autora con apoyos del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMéx) y la Maestría en Estudios Visuales de la Facultad de Artes, bajo el esquema del Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC).

El contenido del presente texto tiene únicamente fines académicos y las perspectivas presentadas en el mismo son responsabilidad de la autora; no reflejan necesariamente las opiniones del CONACYT, UAEMéx, la Facultad de Artes, ni la Maestría en Estudios Visuales.

Los contenidos presentados son propiedad de la autora y los autores citados y utilizados como fuente de consulta; de haber incurrido en omisiones de autores, fuentes de consulta o materiales en la presente edición, no fue realizada con dolo y se dará crédito y mención correspondiente.

JUEGO Y ACTOS DE LA IMAGEN CONTEMPORÁNEA: REPRESENTACIONES DEL SUJETO Y EL CUERPO EN PLATAFORMAS DE EMPAREJAMIENTO

CECILIA VALENTINA QUIROZ RAMÍREZ

*Que el dios de la ñoñez nos ayude a nosotros, los que
necesitamos escribir para responder preguntas, los que
creemos que el pensamiento original puede nacer
en la lectura afanosa de los otros*

Laura Sofía Rivero

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN 13

CAPÍTULO 1. JUEGO Y PANTALLA 23

1.1 Vamos a jugar. Lo lúdico en plataformas de emparejamiento 25

1.2 Tarjeta roja. *Spielverderber* no es lo mismo que tramposo 40

1.3 Bzzz... Una abeja nueva en el enjambre 46

CAPÍTULO 2. REPRESENTACIÓN Y SUJETO EN LAS IMÁGENES FOTOGRAFICAS CONTEMPORÁNEAS 55

2.1 *iSelfie* 63

2.2 Entre Narcisos y Medusas: Actos performativos 71

2.3 Cuerpo y representación: Imagen fotográfica 80

CAPÍTULO 3. TRANSFORMACIÓN DE LA INTERACCIÓN SOCIAL 89

3.1 *Erlebnis* y *erfahrung*. Transformación y experiencia 91

3.2 Jugadas del capitalismo afectivo 108

CONCLUSIONES 115

LISTA DE REFERENCIAS 123

INTRODUCCIÓN

Durante quizá los primeros 12 años de mi vida, el uso de dispositivos electrónicos como computadoras, teléfonos celulares, tabletas para lectura, agendas electrónicas e internet eran artículos y un servicio de primera necesidad pues la dinámica laboral y profesional de mi familia así lo exigía. Me tocó despedir a las tarjetas de teléfono, el mítico sonido de un módem telefónico e incluso a *MySpace* como primera red social. Hoy 14 años después, me es difícil separarme de la creencia de una vida eficaz y rápida, de la simplificación de un estilo de vida porque trajo consigo transformaciones que de cierto modo forjaron mi relación con Internet y los dispositivos móviles.

Mi generación, etiquetada actualmente como *millennial*, “ya trae el chip” para entender el funcionamiento de dichos dispositivos, porque crecimos con ellos, porque nos tocó exigir ciertas mejoras a los ya existentes y retábamos a los desarrolladores para actualizarlos, quienes al final del día sucumbían a una demanda colectiva que complacía ciertas necesidades y al mismo tiempo sus intereses comerciales. Capitalismo puro. A mis tiernos 16 años, tuve mi primer dispositivo móvil propio, un *iPod*, un reproductor de música portátil de la marca *Apple* que, en esa versión específica, ya incluía una cámara fotográfica frontal y trasera, tener este dispositivo en mi poder me permitió conocer las funciones seductoras de la producción de imágenes fotográficas

para conocer y relacionarse con gente en páginas web o redes sociales. Si bien mi *iPod* no era un dispositivo que permitiera hacer llamadas o enviar mensajes¹, resultó funcional para interactuar con otros, aunado a que *Facebook* ya imperaba como principal red social.

El uso de redes sociales no estaba restringido en mi contexto familiar, pero si los integrantes más jóvenes, mi hermana o primos, queríamos abrirnos una cuenta en *Hi5*, *Facebook*, *Instagram*, etcétera necesariamente habría que incluir a algún miembro de la familia adulto para que este estuviera al pendiente de las interacciones que hacíamos con los demás, cuestión que a mis primos y a mí nos incomodó, porque se sentía que alguien siempre estaba *echando el ojo* y chismoseando sobre acciones que uno realizara dentro y fuera de la red. La muy repetida frase de mis padres “no hables con desconocidos” siempre me acompañó, no sólo en un contexto digital sino fuera de él, por lo que siempre he sido muy introvertida y relacionarme con otros me resulta incómodo. Cuando comprendí las bondades del lenguaje, entendí que la advertencia de no hablar con desconocidos era más bien una contradicción.

Hablar con desconocidos fue precisamente la rebelión contra una creencia que se aferró a mí durante mis primeros años de vida, una contradicción que como advertencia mi familia usó para un hecho que no sucede completamente: el conocimiento del otro y que claro, no

puede suceder hasta que uno se acerca a aquello que es desconocido. Las redes sociales e internet me ayudaban a relacionarme con otros desconocidos y encontrar espacios que me permitieran identificarme con los demás, espacios que fuera de la red me sentía incapaz de crear.

Esta investigación señala el fenómeno de las relaciones intersubjetiva por internet, aplicaciones de citas en línea, y fenómenos adyacentes a ellas: la producción de imagen y la realidad, para reflexionar las cualidades lúdicas y cuestionar lo que parece ser una transformación de la interacción social a la digitalidad.

Para dar sentido al fenómeno se utilizó un modelo de organización desde Ch. S. Peirce y el capitulado responde a una metodología desde el pensamiento norteamericano de la semiótica y a la triada de organización lógica del signo: representamen, objeto e interpretante. En donde el representamen refiere al signo que he estudiado, es decir, las plataformas de emparejamiento digital *Tinder* y *Bumble*; el objeto refiere a la cualidades lúdicas, múltiples y alternas, que se pueden percibir a través del uso de plataformas de emparejamiento en donde la imagen fotográfica es utilizada como una estrategia de representación del sujeto para generar relaciones intersubjetivas y que también es usado durante toda mi investigación como una analogía del juego con las formas de interacción digital, la performatividad del género a partir de la creación de personajes; finalmente el interpretante como un sistema que permite interpretar las reacciones y los efectos del signo, de esta forma se aborda lo que parece ser una transformación de la experiencia de las relaciones intersubjetivas, en donde es necesaria la intervención de los personajes creados en la red. Con la intención de

¹ Esta versión ya incluía las aplicaciones de *Facetime* para hacer y recibir llamadas y videollamadas, asimismo incluía *iMessage app* por *default* para enviar y recibir mensajes de texto y multimedia, sin embargo, sólo estaba disponible para dispositivos con sistema operativo iOS, lo cual limitaba su funcionalidad.



observar el fenómeno desde una mirada participante, tomé en cuenta mi propia experiencia en plataformas de emparejamiento y la creación de otros personajes para hacerme parte del proceso de investigación, dichos personajes que fueron registrados en las plataformas de emparejamiento utilizando mi imagen y aprovechando las posibilidades de la edición fotográfica generé perfiles alternos. Lo anterior, también surgió con la finalidad de indagar en la performatividad de género, el proceso de identificación del sujeto y la interacción digital con otros usuarios.

En el primer capítulo, se hace una analogía de las plataformas de emparejamiento digital, *Tinder* y *Bumble*, con la propuesta del autor Johan Huizinga del concepto de juego y sus características como una forma de construcción de la cultura a lo largo de la historia. El hecho de haber realizado un estudio ambas *apps*, responde a una comparación para determinar bajo la lógica del autor, en cuál de ellas se pueden percibir más condiciones lúdicas. El juego como una intención de suspensión de la realidad y de creación de realidades alternas de la que suceden al sujeto. Por lo tanto, la realidad como un constructo social que se modifica continuamente.

También en este primer capítulo se hace una presentación del *spielverderver* o aguafiestas, concepto y figura del juego que busca sortear las limitaciones de las plataformas de emparejamiento digital y proponiendo nuevas para experimentar el juego, en este sentido, se hace la presentación de los diversos personajes creados en estas redes sociales para experimentar el fenómeno. Finalmente, otro concepto utilizado en este apartado fue el «enjambre digital», este concepto resulta relevante dado un número elevado de conexiones realizadas por

diversos usuarios en internet como una forma de creación de comunidad, que en su repetición carecen de singularidad, las plataformas de emparejamiento digital resultan de alguna forma parecidos a estos enjambres digitales, en especial la plataforma *Bumble* que enuncia una “forma diferente” de conocer gente y que en su intención noble cae en la condición de lo políticamente correcto, que impide atraer un uso masivo a pesar de su aparente novedad o singularidad.

El segundo capítulo estudia la práctica de la fotografía en la actualidad para el uso de *apps* de emparejamiento *online* y como una estrategia de construcción contemporánea del *yo*. Se hace un acercamiento al fenómeno de la construcción de identidad, pensando este último concepto como uno que se confronta ante ante la multiplicidad de formas de ser de un sujeto, por lo que, se realiza un análisis del concepto a partir de las nociones de la construcción del sujeto desde la biología, con la propuesta de Edgar Morin, la poesía de Fernando Pessoa y la teoría psicoanalítica de Jacques Lacan desde del autor Alfredo Eidelsztein.

A partir de ello se propone que el sujeto en su condición es más bien múltiple, fluctuante e inestable, por lo que el sujeto no vive una identidad sino proceso de identificación en constante construcción. En este sentido, al ingresar a Internet, el sujeto gracias a diversas posibilidades otorgadas por el medio juega su identidad, la crea, la destruye, la vuelve a construir, de ahí que la creación de un nombre de usuario, un *avatar* o una imagen fotográfica se impliquen tanto en la construcción del sujeto, pues propone la integración a una comunidad, los *selfies* son un ejemplo.



Diversos autores en torno a las redes sociales indican que no es coincidencia que este fenómeno sea tan necesario para los jóvenes que encuentran comprensión en un espacio digital en comparación con sus propios hogares o contextos fuera de la red, porque parecen sentirse menos juzgados y más identificados. Sin embargo, la red también es un espacio contradictorio, pues se construyen espacios que propician una identificación y al mismo tiempo la atacan por ello, el fenómeno que Byung Chul-Han acertadamente define como *shitstorm*², que cargada de odio sin sentido, falta de respeto y violencia bajo el escudo del anonimato y la distancia, afectan en esa construcción del sujeto, hoy más que nunca, dada la necesidad de visibilidad.

La visibilidad y la mirada del otro han se han abordado con metodologías como el psicoanálisis y los estudios visuales, por lo que en este segundo capítulo se apoya en ellas como una forma de comprender su impacto en la producción de imágenes. Por otro lado, hablar de la de producción de imágenes en torno al sujeto me lleva a también a indagar en las formas, herramientas y espacios donde se realizan, así, analizadas desde el *acto fotográfico* propuesto por Philippe Dubois quien abreva del pragmatismo norteamericano de Ch. S. Peirce, me permite reflexionar en cómo es que los sujetos se han situado frente al dispositivo fotográfico y dado que a ese dispositivo también se le ha integrado conexión a internet, *apps* y redes sociales, el viaje de las imágenes resulta inmediato, cuestión que estaría implicados como *actos fotográficos*. Cuestionar qué se desea ver en la imagen fotográfica actual, cómo la compartimos y qué esperamos de ella, han sido

cualidades que he jugado al proponer la creación de los personajes ya mencionados, por lo que también me ha llevado a crear y *performar* sus personalidades, sus actitudes, su género, sus preferencias, su relación y la interacción con los demás. Y establecer a la multiplicidad como una forma de rebelión ante la identidad del sujeto. La performatividad bajo la dirección teórica feminista de Judith Butler señala que el sujeto realiza actos que desplazan los espacios hegemónicos del género y la identidad para posibilitar su multiplicidad. A partir de la teoría de los actos performativos desde la filosofía del lenguaje de J.L. Austin, quien indica que gracias a la enunciación o mención de la acción, estos se convierte en un actos performativos se indagará cómo sucede la función de enunciar o hacer visibles ciertos actos y que contribuyen a una construcción del sujeto en las plataformas de emparejamiento.

Finalmente, el tercer capítulo, como una intención de respuesta a una cuestión que me ha acompañado a lo largo de mi investigación e inquietudes personales, se aborda cómo se ha experimentado las relaciones en la actualidad, pues si son realizadas en un contexto digital parecen ser inválidas porque no han sido establecidas de forma “real”. Y me parece que el concepto de experiencia está intrínsecamente relacionado con la repetición de un proceso que asegura un resultado siempre igual, por eso hay expertos o especialistas y la palabra experiencia con respecto a las relaciones intersubjetivas no siempre cuenta con un proceso estabilizado y resultado siempre idéntico.

¿Qué es tener éxito en el amor? ¿Cómo se mide tal éxito? El autor Ricardo Rodulfo considera que lo anterior se debe a la dominación y la vigilancia que los ideales monogámicos se han instaurado en la

 2 *Shtitstorm*. Se puede traducir como «tormenta de mierda».

sociedad y la cultura. Las imágenes del amor en la cultura visual, no importa desde qué preferencias y géneros se practiquen, las reducen a una idea de la *pareja* que complementa la falta de uno, de la vigilancia de actos que podrían considerarse como traición a esa idea. De ahí que se fantasee con la llegada de una persona especial, que la creencia sobre la perfección limite y exija ciertas actitudes, formas corporales, comportamientos del otro y las redes sociales han sido el epítome de la fantasía. Las aplicaciones de emparejamiento digital se construyen desde ese espacio de poder, de fantasía, desde instituciones que le han puesto rigidez a una relación de pareja, que incluso cuestionan las formas de relación alterna, las formas de amor diverso y las experiencias sexuales, etcétera.

Sin embargo, a pesar de ello, las relaciones establecidas desde plataformas de emparejamiento no pueden ser juzgadas desde una temporalidad que ya ha sucedido, desde una ideología tradicional del amor, de la familia, porque “son signos que brotan de signos anteriores y se desarrollan en signos posteriores”³ desarrollado de manera más extensa durante el capítulo tres. Al investigar este fenómeno, me encontré con algunas propuestas que buscan cuestionar o desestabilizar esta dominación a través de una postura crítica sobre el poder que subyuga las relaciones. La rebelión del amor ha de ser el juego. Pero no el juego que implique las emociones de otros, sino la dosis de libertad de asumir la multiplicidad, la *difference*, la diversidad. Tamara Tenenbaum, autora del texto *El fin del amor: querer y coger en el siglo*

XXI (2018) hace una aportación desde una novela-ensayo que revela las problemáticas de las limitaciones desde su familia, su educación religiosa y latinoamericana a través un personaje que al llegar a una ciudad norteamericana negocia a desde su construcción del feminismo, una rebelión personal contra ciertos ideales.

¿Por qué existe cierto miedo a asumir la multiplicidad, lo diverso y lo diferente? Desde las perspectivas de Rodolfo y Tenenbaum se intuye que la dominación no se ha cuestionado las actuales formas de relación con otros, es posible que sea en ese contexto la razón por las cuales ciertas prácticas se encuentren invalidadas Michel de Certeau también provee cierta claridad cuando al desestabilizar algo ya conocido, es inevitable generar una reacción que no siempre es favorable. De ahí que a muchos les cueste trabajo comprender ciertas acciones ajenas o el hecho de relacionarse con un dispositivo móvil y dudar de usarlo por cometer un error o descomponerlo.

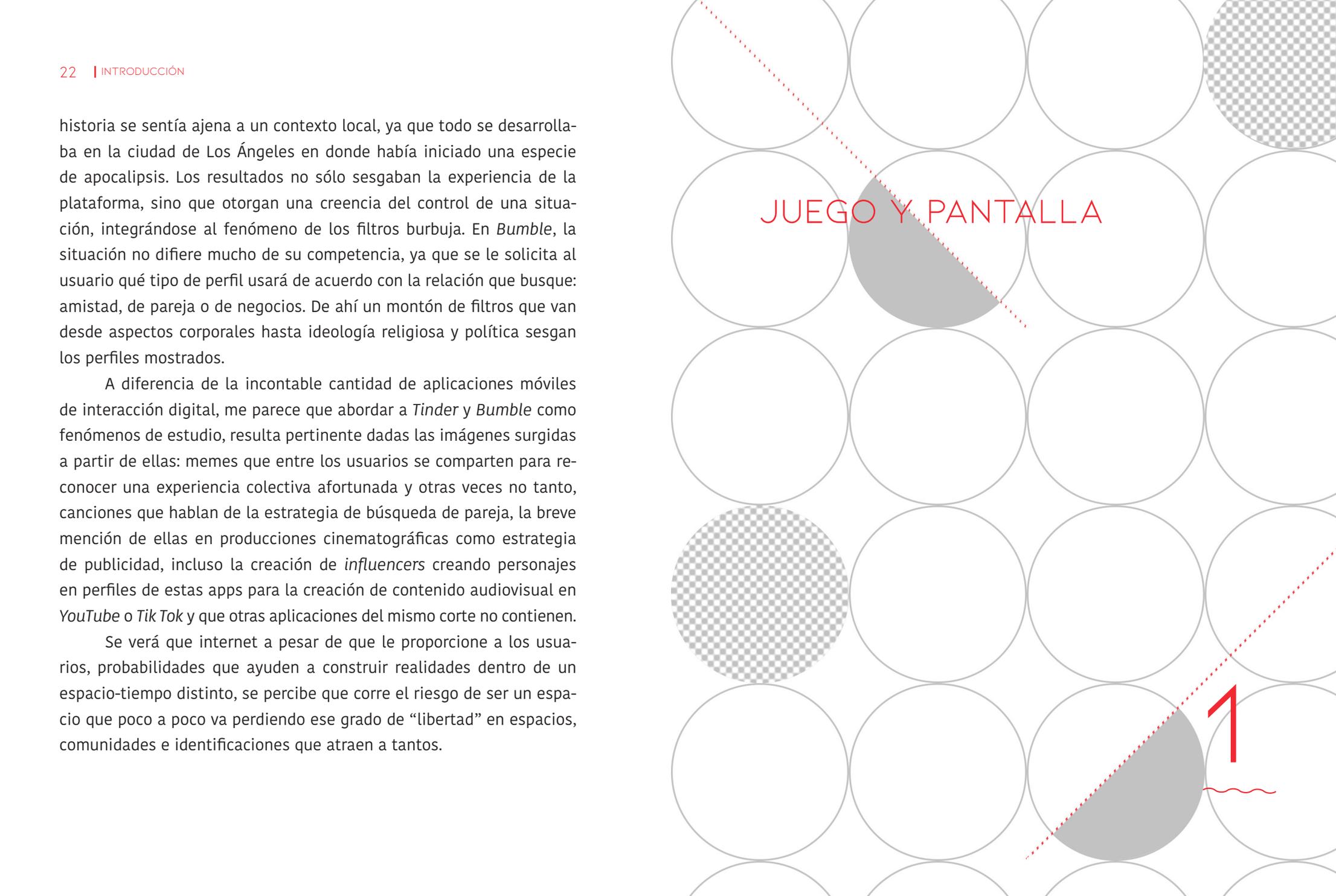
Esta investigación toma en cuenta, como ya se dijo, dos plataformas de emparejamiento digital, que han logrado posicionarse entre los usuarios, las tiendas de *apps* incluso las etiquetan como descargas imprescindibles. Y es posible hablar de una transformación, pero no de la práctica social de interactuar con otros, la transformación sucede sólo en la plataforma que cada vez incluye mejoras, propuestas o adecuaciones para brindar a sus usuarios. Por ejemplo, durante el mes de septiembre de 2020, *Tinder* propuso un juego interactivo en primera persona que, a partir de las decisiones tomadas, el rumbo de la historia se modificaba, las cuales también incidían en los perfiles que se mostraban en la pantalla. Compuesta de 3 episodios semanales, la

³ Cfr. McNabb, D. (2018). *Hombre, signo y cosmos: La filosofía de Charles S. Peirce*. Fondo de Cultura Económica pp. 142.

historia se sentía ajena a un contexto local, ya que todo se desarrollaba en la ciudad de Los Ángeles en donde había iniciado una especie de apocalipsis. Los resultados no sólo sesgaban la experiencia de la plataforma, sino que otorgan una creencia del control de una situación, integrándose al fenómeno de los filtros burbuja. En *Bumble*, la situación no difiere mucho de su competencia, ya que se le solicita al usuario qué tipo de perfil usará de acuerdo con la relación que busque: amistad, de pareja o de negocios. De ahí un montón de filtros que van desde aspectos corporales hasta ideología religiosa y política sesgan los perfiles mostrados.

A diferencia de la incontable cantidad de aplicaciones móviles de interacción digital, me parece que abordar a *Tinder* y *Bumble* como fenómenos de estudio, resulta pertinente dadas las imágenes surgidas a partir de ellas: memes que entre los usuarios se comparten para reconocer una experiencia colectiva afortunada y otras veces no tanto, canciones que hablan de la estrategia de búsqueda de pareja, la breve mención de ellas en producciones cinematográficas como estrategia de publicidad, incluso la creación de *influencers* creando personajes en perfiles de estas apps para la creación de contenido audiovisual en *YouTube* o *Tik Tok* y que otras aplicaciones del mismo corte no contienen.

Se verá que internet a pesar de que le proporcione a los usuarios, probabilidades que ayuden a construir realidades dentro de un espacio-tiempo distinto, se percibe que corre el riesgo de ser un espacio que poco a poco va perdiendo ese grado de “libertad” en espacios, comunidades e identificaciones que atraen a tantos.



JUEGO Y PANTALLA

1

1.1 VAMOS A JUGAR. LO LÚDICO EN PLATAFORMAS DE EMPAREJAMIENTO

Este primer capítulo se ubica en el representamen como primera cualidad de una construcción lógica según el autor Ch. S. Peirce. El representamen en este trabajo de investigación corresponde al signo que se estudia, en este caso, dos plataformas de emparejamiento digital, *Tinder* y *Bumble*, por lo que me interesa conocer qué origen y cuál ha sido el desplazamiento de las plataformas y los usuarios. En este capítulo se utiliza el concepto del juego para conocer las dimensiones lúdicas de éstas.

Cabe advertir que durante el trabajo de investigación fue necesario delimitar la experiencia desde el año 2019 a 2020, pues las aplicaciones en sus actualizaciones recientes adicionan u omiten ciertas funcionalidades, por lo que, en adelante, algunas las herramientas de estas *apps* podrían resultar atemporales de este análisis.

El modelo de *startups* para pequeñas empresas ha forjado una generación de negocios que se ajustan a las dinámicas capitalistas y de entretenimiento de la costa oeste norteamericana y que han hecho eco en todo el mundo. El estereotipo del grupo de amigos estudiantes universitarios que con la intención de encontrar una solución a un problema proponen casi por accidente proyectos que rebasan las expectativas incluso de ellos mismos, Silicon Valley ha logrado ser un modelo y un lugar que inspiran interés por inventar y solucionar problemas de costa a costa californianas que en impactan en todo el mundo y en muchos sectores, tal es el caso de plataformas de redes sociales

como *Facebook* o *Twitter*, y empresas multimillonarias como *Amazon* o *Apple*, por mencionar algunos ejemplos.

Bajo la lógica del *start up* o empresas emergentes, *Tinder* y uno de sus similares *Bumble*, plataformas digitales de emparejamiento, fueron creados a partir del problema de sus desarrolladores de combinar la ocupada vida universitaria sin sacrificar por falta de tiempo la necesidad de relacionarse con otras personas encontrando la estabilidad de un negocio y que incrementa su capacidad de crecimiento gracias a necesidades primordiales como la de relacionarse con otros. *Tinder*, fue lanzado por un grupo de amigos como un programa piloto entre campus universitarios que tenía como objetivo conectar con gente nueva, en la que el pleno contacto físico no se encontraba como prioridad en el inicio, sino más bien generar una especie de preámbulo en el juego de la seducción desde la comodidad del dispositivo móvil para después dar paso a un encuentro presencial. *Tinder* fue lanzado en el año 2014, en Los Ángeles, California, en un contexto exigente y desafiante debido a una carga cultural, económica, científica y tecnológica que ha hecho ser un paradigma de tiempo, pues la renovación generacional se encuentra en manos de los estudiantes y sus proyectos que logran comprender la lógica frívola, glamurosa y hedonista que exige una ciudad pasada de moda. Por ejemplo, cuando Lana del Rey le canta a la Costa Oeste californiana: ‘*down on the west coast / they got a saying/ if you’re not drinking / then you’re not playing*’ [‘Abajo en la Costa Oeste / tienen un dicho: “si no estás bebiendo, entonces no estás jugando”’] no sólo da cuenta de ese aire plagado de la búsqueda de diversión a través de alcohol, fiestas o sexo, sino también indica que

aquellos que no busquen lo mismo, no se han contagiado de ese aire, podrían no pertenecer a ese espacio. Hoy en día, la propuesta es respirar ese aire y vivir esas experiencias desde la pantalla.

Esa generación “genio” y *silicolonizada* contradice a la herencia de aquellos que los vieron crecer, me refiero a la generación que a finales de la década de los 60 y toda la década de los 70, salía a las calles con los pies descalzos a celebrar la sexualidad liberada, la moda psicodélica, la paz y el amor; hoy los nietos de esta generación, deciden hacerlo todo desde la comodidad de la casa, frente al computador y con la idea de mucha más eficacia e impacto, con la intención de ser parte de un futuro prometedor pero que al mismo tiempo se hunde cada vez más en situaciones más preocupantes.

La exigencia cada vez más grande de proponer soluciones a problemas muy inmediatos, tales como la creación de nuevas relaciones, supuso un nicho de oportunidad para Sean Rad, co-fundador y CEO actual de *Tinder*, quien asegura que el objetivo primordial que cubre la plataforma es ofrecer a sus usuarios la oportunidad de presentarse ante otros evitando la ansiedad que pueda resultar hablar, acercarse o seducir a alguien⁴. La visión de Rad se vería desarrollada en una interfaz en la que Justin Mateen, Jonathan Badeen y otro grupo de desarrolladores electrónicos diseñaron en función de un juego “estandarizado” sobre el acto de ligar o seducir a otras personas.

⁴ Según en una entrevista realizada por la revista *Business Insider*. *What it's really like to build a \$3 billion startup in your 20s*. [tomado de: <https://www.businessinsider.com/sean-rad-interview-2017-1?r=MX&IR=T>] [10 de septiembre de 2020]

La interfaz de *Tinder* es sencilla, en la pantalla del dispositivo móvil se encuentra al centro la imagen fotográfica del usuario en cuestión y bajo ella dos íconos, de lado derecho un corazón verde y del lado izquierdo un tache en rojo. En medio de estos dos íconos, se encuentran otros que su uso solo es disponible si se adquiere la versión *plus*. La *app* está diseñada para que el pulgar tenga el poder del juego sobre la pantalla, para *swipear*, o deslizar a la izquierda o derecha, y tocar hasta 5 veces sobre la imagen del usuario para visualizar todas las imágenes fotográficas del perfil de la persona. Al segundo toque, la biografía y los intereses de la persona se despliegan parcialmente. En el momento en el que dos usuarios que han dado derecha, se hace un *match* que da la impresión de una coincidencia. El gesto o movimiento que realiza el dedo pulgar sobre la pantalla del dispositivo móvil se denomina *swipe logic* y responde a la forma en la que la mirada se posa sobre algún sujeto u objeto que le agrada, o que simplemente ignora al no ser de su agrado sobre un catálogo de productos.

Esta aplicación móvil está diseñada para hacerle pensar a sus usuarios, que el proceso para conocer a otra persona puede ser tan sencillo como jugar un simple juego de mesa, pero, sus condiciones lúdicas van mucho más allá que la simpleza o de sus jugadores.

¿Por qué pensar que la creación de relaciones sociales puede ser jugada desde una plataforma digital? Se asocia a que el juego está relacionado con la idea de que suele divertir, entretener y relajar. Johan Huizinga, historiador que indaga en torno al juego como construcción de la historia y la cultura, señala que el juego es una necesidad ya que casi toda actividad humana tiene una condición lúdica, pues ello

provee de regocijo y de creación de lazos sociales. El juego y el ser humano están bordados de forma muy similar. El autor considera que el juego tiene características muy puntuales para definirse, entre las cuales se encuentra que la actividad lúdica se realiza como una actividad libre y que gusta porque suele ser algo superfluo por el hecho de que uno puede abandonarlo o suspender el juego. Otra característica es que normalmente se juega en momentos de ocio, de aburrimiento, por lo que surge como una opción para escapar de ellos. El juego, también es la representación de otra cosa, un signo que simula otras situaciones, es decir, genera un espacio que excluye la seriedad, por lo que situaciones que se generan «en broma» oscilan constantemente como oposición a lo «en serio». Los juegos, se generan en espacio-tiempo determinados, por lo que uno podría iniciar un juego en el lugar y tiempo aleatorio para terminarse en el momento que uno desee o volverlo a empezar, por lo que también está sujeto a una posibilidad de repetición. Finalmente, el juego todo el tiempo genera una tensión, esa tensión está conformada por incertidumbre, azar y orden, ese orden es sólo aplicable si se siguen las reglas.

Sean Rad, creador de *Tinder*, sólo tenía en mente una cosa: la aplicación móvil serviría como algo divertido y entretenido para sus usuarios en la que el premio resulta en conocer personas interesantes y dejar de lado el estrés que puede provocar relacionarse con alguien. *Tinder* se inserta en un contexto en donde la sociedad contemporánea es cautivada hasta el hartazgo y el entretenimiento puede resultar efímero, porque siempre surgirán nuevas propuestas lúdicas. Diversas aplicaciones móviles de emparejamiento tienen ese mismo formato de

interfaz y un contenido lúdico, dinámico y atractivo para al usuario, pero, bajo lo que propone el autor mencionado con anterioridad, ¿*Tinder* y sus similares son «elementos lúdicos» de la cultura? ¿Quiénes son los jugadores de este juego?

Cuando un usuario se integra a este tipo de plataformas decide hacerlo bajo situaciones de aburrimiento u ocio, según estudios proporcionados por la plataforma en su página oficial, se registra mayor uso de estas plataformas en altas horas de la noche y fines de semana, respuesta a ello es la intención de *Tinder* para proponer *Swipe Night*, un juego disponible sólo los fines de semana y durante tiempo limitado en donde la interfaz de la *app* se convierte en un escenario en donde el usuario se convierte en el personaje en primera persona de una historia interactiva, ubicada en Los Ángeles en donde el impacto de un meteorito pronto terminará con la Tierra; de acuerdo a las elecciones que el usuario *swipeé*, el *feed* de perfiles se verá afectado para relacionarse con personas que tomaron decisiones similares. Un juego que invita a creer que incluso en los momentos más insólitos, siempre habrá espacio para ligar. Lo anterior es sólo un ejemplo sobre el hecho de que dichas plataformas siembran en sus usuarios la idea del azar y la incertidumbre cuando de alguna forma configuran algoritmos en función de ciertos filtros elegidos por el usuario, tales como la ubicación aproximada, edad, género, intereses, entre otros y que los resultados de esos filtros son los perfiles que aparecen en la pantalla del usuario. *Swipe Night*, es muy claro y enuncia con cierto cinismo “tus decisiones son todo” aunque más bien el resultado detrás de esas decisiones es un algoritmo que se alimenta de información que el mismo

usuario provee. *Swipe Night*, a pesar de ser un juego proporcionado por la misma plataforma, no responde a las condiciones lúdicas de las que Johan Huizinga propone, ni tampoco genera una identificación o lazo social entre la comunidad porque el espacio temporal donde se ubica se siente completamente ajeno de un contexto local.

Otro elemento que podría dar una noción de lo lúdico es el dispositivo móvil a través de la pantalla, ya que tiene ese tinte didáctico, es interactivo y le proporciona al usuario cierto grado de regocijo en su bajo su luz seductora. Ejemplo de ello es a través del capítulo, *Fifteen Million Merits* de la serie británica *Black Mirror*, el personaje principal, encerrado en un espacio desprovisto de cualquier contacto con el mundo exterior, es constantemente obligado a “pedalear” incesantemente para generar energía suficiente que alimenta el cuarto de cuatro pantallas que controla su existencia. Todos los días, es sometido para jugar frente a la pantalla para que el avatar que representa su identidad, su cuerpo y sus intereses, gane méritos y así ciertas ventajas sobre otros “jugadores”. Este capítulo, -así como toda la serie- representa una crítica angustiante de la relación con las pantallas y lo que estas regresan a cambio, en la que la experiencia visual, atraviesa a todos los demás y por ese motivo, la exigencia es mucho mayor, se desea ver, experimentar, sentir más. El usuario le da a la pantalla, el tiempo, la atención, paga grandes cuentas para mantenerse en línea y evitar ese síndrome FOMO⁵ que puede hacer sentir retrasados a un contenido que ya se ha visto, por lo que su cualidad lúdica tampoco se encuentra en

⁵ FOMO syndrom. «Síndrome de Fear of Missing Out». Se puede traducir como 'miedo a perderse algo' y quedar excluido de alguna tendencia, evento o discusión por la falta de conexión a internet.

el dispositivo. Sin embargo, tampoco recae en el dispositivo la creación de entornos lúdicos bajo la lógica de Huizinga.

Otro aspecto que podría responder a la pregunta del autor es la ganancia, el objetivo, la meta ¿qué nos hacen ganar las plataformas de emparejamiento digital? Es posible pensar que lo que uno gana en estas plataformas es la posibilidad de conocer y relacionarse, pero considero que la ganancia mayor es la de la visibilidad del sujeto ante los demás. Al registrarse en este tipo de redes sociales, la invitación inicial es crear un perfil y construir una identidad digital pues a través de una descripción de 500 caracteres y el hecho de subir fotos de perfil, el perfil parece digno de mostrarse en el *feed* de los demás usuarios, quienes darán cuenta de su existencia a través de *likes* mutuos, esos ‘me gusta’ sirven para saber que el imaginario que representa la identidad compartida ha ocupado temporalmente la pantalla del otro, así se garantiza la visibilidad. Con respecto a lo que se gana en los juegos Huizinga menciona que:

El concepto de «ganar» guarda estrechísima relación con el juego. En el juego solitario el que salga bien no significa ganar todavía. Este concepto se presenta cuando se juega con otro. ¿Qué quiere decir «ganar»? ¿Qué es lo que se gana? Ganar quiere decir: mostrarse, en el desenlace de un juego, superior a otro. [...] Se lucha o juega por «algo». (Huizinga, 1972:88)

Las ganancias en este tipo de plataformas son variadas y responden a las necesidades de cada usuario, es probable que, para algún

usuario, el simple hecho de hacer *match* con alguien implique un gran triunfo y para algún otro, conseguir una relación amorosa estable y duradera a partir de su interacción con la *app* -aunque ese tipo de triunfos pueden ser buscados en una interacción entre sujetos de forma presencial-, las ganancias siempre están en función del otro, es decir, no se puede ganar si otro usuario o sujeto, no se interesa en el usuario o sujeto que juega.

Siguiendo la idea de que el triunfo más valioso se trata sobre la visibilidad del usuario en entornos digitales, esta se puede traducir en reconocimiento del otro de la imagen que ya ha sido vista. Fenómenos como los *youtubers* o *influencers* son un ejemplo claro de cómo el número de visitas, visualizaciones, *likes* o reacciones se traducen en ganancias económicas y poder adquisitivo. La visibilidad del sujeto se vuelve un privilegio buscado por cualquiera, pero no todos lo consiguen con éxito, ya que implica una fascinación por el objeto que hace posible capturar, compartir y distribuir el contenido en el que el sujeto se encuentra, por ejemplo, los dispositivos móviles, las computadoras y las cámaras fotográficas, implica también, la renuncia de toda acción íntima, pues hasta el elemento más privado es revelado por la demanda de la mirada del otro.

Si bien, se ha hablado de ganancias, la pérdida en este tipo de juegos parece no ser muy aprehensible, pues en el momento que alguien no consiga algún tipo de triunfo, puede decidir en terminar el juego, como apunta Huizinga (1975). En un contexto presencial y cotidiano, el rechazo del otro sería una derrota que impactaría emocionalmente en el sujeto, provocando efectos como baja autoestima e inse-



guridad, por lo que se prefiere buscar otras alternativas que reduzcan la posibilidad del rechazo. El salvavidas de aquellos rechazados son las *apps* de citas en línea -y en general las redes sociales- en las que el rechazo a pesar de impactar emocionalmente en el sujeto, la fuente de intentos para lograr la interacción es casi inagotable, sin embargo genera una inseguridad similar a aquel rechazo presencial; el rechazo tiene un ícono específico en este tipo de redes a través de las confirmaciones de lectura de mensajes instantáneos en plataformas como *WhatsApp*, *Telegram* o *Facebook Messenger*. Dichas acciones se reconocen como rechazo y descortesía, se pueden enmendar en el momento que el otro retome la comunicación, este fenómeno será abordado con profundidad en el capítulo tres. Por otro lado, insertarse a estos entornos digitales, implican una presencia intermitente, por lo que uno puede conectarse y desconectarse en el momento que se decida, asimismo, aparecer y desaparecer así como un fantasma, el *ghosting* es un término utilizado para referirse a la acción de desaparecer sin dejar rastro alguno, por lo que quien lo realiza, corta con cualquier tipo de conexión o vínculo con el otro a través de acciones como borrar y bloquear todo contacto con su perfil, número telefónico, agotando todas las posibilidades de búsqueda o reconexión, lo anterior sin alguna explicación aparente.

En un plano físico, ese tipo de desaparición o la invisibilidad incluso se busca, como un medio para evadir la incomodidad de encontrarse con personas o situaciones, pero en redes sociales es difícil evadir esa mirada vigilante. Por ejemplo, en otro episodio de la serie británica, *Black Mirror: White Christmas*, esa posibilidad es presentada

como un exilio de ambos planos, tanto el digital como el presencial, en donde la angustia del sujeto era verse ignorado por todos y obligado a vivir esa condena el resto de su vida, debido a sus delitos dentro del mundo digital.

Si bien, se ha hablado de que este tipo de plataformas de emparejamiento tienen una condición lúdica, se ha hablado de sus limitaciones, reglas, jugadores, pérdidas y ganancias en función del usuario, es importante reconocer que esta perspectiva responde al uso que le da el usuario y de cómo ciertos fenómenos pueden ser jugados por ellos, pero no responde la relación lúdica de la que se pregunta Huizinga.

El fenómeno del juego en la cultura digital y redes sociales es reforzado a través de un drama/documental: *The social dilemma* (2020), en el cual antiguos desarrolladores y colaboradores del modelo de negocios de redes sociales como *Facebook*, *Twitter* o *Instagram* buscan reivindicarse al reconocer cierta culpabilidad sobre su injerencia en la creación de herramientas como predicciones de búsqueda, filtros burbuja o venta de datos para condicionar la experiencia del usuario. El documental da cuenta de que las redes sociales y otras plataformas están diseñadas como juegos a propósito y que el ganador indiscutible es el mismo medio que provee el juego. El juego está estructurado con tres jugadores básicos: la plataforma, el algoritmo y el usuario, en donde los dos primeros obtienen una ventaja absoluta sobre el usuario.

En este sentido, esas herramientas configuran en su totalidad la trampa que las redes sociales ejercen y que el algoritmo manipula psicológicamente al usuario. La meta de la plataforma es simple lucrarse con los afectos, intereses, necesidades, preocupaciones o miedos

de aquel que se inserte en estos espacios digitales, a través de esas notificaciones, *likes*, *hashtags*, publicaciones, etcétera. La similitud de estas plataformas con máquinas tragamonedas, en la que cada vez que alguien acude a este tipo de máquinas y dispositivos, el jugador apuesta por que la máquina tenga algo para el usuario y ver qué se obtiene, qué puede ser relevante para ver.

Cuando el usuario obtiene algo, es dado a partir de una técnica persuasiva que hace creer al usuario que lo que encuentra es algo fortuito, generando así dominación.

Sin embargo, como se mencionó anteriormente casi toda actividad está mediada por el juego (1975) porque ayuda a escapar de una realidad ordinaria y se recurre a su dinámica que deja de lado la seriedad. Johan Huizinga, en el texto referido también apuntaría que todo aquello que es desarrollado a partir de reglas limitadoras que constituyen usos mercantiles, dejan de ser juegos, debido a una sobrecarga de seriedad para generar otros objetivos y generar entonces, una falsificación del juego. Se entiende que, en el caso anterior, sobre las ventajas que el algoritmo y la plataforma sobre el usuario, al ser los únicos que ganan, el juego, deja de ser juego y da paso a una manipulación que apela a un orden capitalista y de ejercicio de poder, el carácter lúdico se disuelve en su totalidad.

Pero, ¿En qué medida la cultura que se vive se desarrolla en forma de juego? Huizinga concluye que:

La cultura autentica no puede subsistir sin cierto contenido lúdico, porque la cultura supone cierta autolimitación y autodomínio. [...] La cul-

tura exige siempre, en cierto sentido, «ser jugada» En un convenio recíproco sobre las reglas. La verdadera cultura exige siempre y en todos los aspectos el *fair play* [juego justo]. (Huizinga:1975;319)

En el intento de responder a la pregunta desde la cultura contemporánea, se puede señalar que está configurada como un constante viaje entre el entretenimiento, la diversión, lo visualmente atractivo; la actualidad es desprovista de seriedad agregándole dosis de humor para aligerar su condición abrumadora. Hoy en día, la condición lúdica se exagera: más entretenimiento, más diversión y se recompensa con reglas tan transparentes y frágiles en las que su evasión es sencilla, la seriedad del asunto es opcional en muchas de las acciones realizadas.

Anteriormente se cuestionó ¿por qué pensar que la creación de relaciones sociales pueden ser pensadas como un juego? Hay que recordar que Huizinga apunta que muchas actividades están marcadas por un fuerte contenido lúdico, en este sentido, la realidad hoy en día se ha vuelto una avalancha de construcción de realidades en continua transformación. Se entiende por realidad toda relación que se genera con el mundo a partir de la interacción con él. Actualmente la construcción de esas realidades también sufre esa necesidad de ser construida de forma acelerada e instantánea debido a una sobrecarga de información, de tecnología, de imágenes; que la atraviesan y devienen ordinarias. Por lo que para aligerar esa sobrecarga el juego llega a proponer una realidad menos seria, aligera la cultura, aligera la realidad. Cuando el autor se preguntaba en qué medida la cultura se desarrolla en forma de juego, realiza un recorrido histórico para proponer que cada forma-



ción histórica ha vivido en condiciones lúdicas propias de su tiempo. En la contemporaneidad no sólo se busca el entretenimiento o diversión como funciones primarias del juego, sino como una forma de escape de una realidad que sucede apabullante.

Las formas de relación entre pares en la actualidad accionan lúdicas. En el sentido de que es posible activar un modo “como si”, un modo de representación. En inglés la palabra *play* tiene varias connotaciones lingüísticas, como verbo se traduce como jugar, pero también como una forma de actuar, de representar: *play the role*. En este sentido, la seducción se juega y se representa. Al interactuar con otros en un sentido erótico, sexual o de seducción, las funciones primitivas de ejercer poder en otros y de procreación, se activan, por lo que fundamentalmente, según Huizinga (1975), en el «amor», un elemento lúdico no se encuentra presente, por lo que su significación es errónea.

Pero, se puede diferir de esa idea, ya que cuando uno interactúa con alguien en una fiesta, en el trabajo, en la calle y dicha persona resulta interesante por sus cualidades físicas, intelectuales, emocionales, psíquicas, etcétera; se genera una construcción de un perfil imaginario y de una realidad en función de esa persona y viceversa, por lo que la forma en la que se interactúa con el otro sucede virtual y fantástica, no se accede completamente al conocimiento del otro. Lo virtual como un modo de ser para acercarse a la realidad que lo rodea, con aquello que no es del todo actual y en esa realidad se supone que esa representación imaginaria es en sí misma la persona que se encuentra frente a uno. Y se asume una interacción con esa persona “como si” se encontrara en una fiesta, en el trabajo o en la calle. También se actúa

con cierta estrategia para acercarse a esa persona, por lo que uno evita manifestar, decir o mencionar cosas que puedan resultar incómodas, como hablar de temas controversiales como política o religión. El juego de la interacción entre sujetos se piensa por niveles y por eso culturalmente se referencia o metafORIZA ese avance y desarrollo con un juego de beisbol, por lo que llegar a cierto número de bases implica que también se ha avanzado a ciertos niveles de acercamiento emocional o sexual con otros. ¿Qué se ha ganado? Dependerá de lo que cada sujeto decida.

Lo anterior, hace pensar que, en efecto, Huizinga acierta en el sentido de que el amor escapa al juego porque sólo da cuenta de la forma en la que se utilizan estrategias para someter al otro o que simplemente se ha cumplido esa función biológica de procrear, pero, este juego en ciertos niveles ha retado, ha implicado ponerse en tensión y resolver esa tensión en función de algo que provea de regocijo que se traduce en las ganancias que se haya decidido ganar.

El hecho de haberse puesto en tensión también implica arriesgarse en función del otro, cuestión que no siempre, debido a la *intimidante presencia del otro* por lo que *ligar* puede resultar difícil. Es en este sentido, en el que considero que ya no se encuentra el juego, es decir, al limitar al jugador haciendo que este se sienta incómodo, fuera de, el juego se ha tornado serio. Su cualidad lúdica se ha perdido. Por lo que se debe aligerar la carga de realidad que nos aplasta y se ha vuelto ordinaria y otras alternativas deben ser creadas, en donde las plataformas de emparejamiento como un escape y salvavidas de esas realidades pueden suceder. Es en esa necesidad en donde *Tinder* y sus



similares, rescatando la doble función del *play* jugar y representar se desarrollan. Las plataformas de emparejamiento apelan al “como si” estuviera en una fiesta, un el trabajo o la calle, pero potencializado en muchas ubicaciones a la vez, es el “como si” de una generación que construye y se relaciona con el mundo a partir del poder de las imágenes.

1.2 TARJETA ROJA. SPIELVERDERBER NO ES LO MISMO QUE TRAMPOSO

Antes, se habló de las formas en las que plataformas de emparejamiento contienen reglas que intentan mantener una convivencia “sana” dentro de la *app*, para garantizar la seguridad, privacidad y diversión de sus usuarios evitando cualquier acción que se considere una amenaza a estas limitaciones.

Pero, qué aburrido es un juego sin un poco de trampa realizada por los jugadores. El autor referido con anterioridad afirma que las reglas que hacen que un juego se vuelva rígido y con una gran cantidad de seriedad, deja de ser juego y se vuelve otra cosa (trabajo, quizá). Si bien, muchos juegos contienen árbitros que controlan y observan con detenimiento las acciones de sus jugadores para evitar que caigan en faltas a las reglas, en un plano digital ese tipo de arbitraje que realiza lecturas de probables contenidos que atenten contra la seguridad de los usuarios de internet se encuentra en el algoritmo y está simbólicamente reconocido con instituciones como la policía cibernética en todo el mundo. Actualmente, con la intención de hacer más eficiente estas lecturas, se crean algoritmos capaces de discernir lo que es adecuado compartir en las redes sociales, internet etcétera. Por lo que cualquier

forma de divergencia de estas reglas, se considera desobediencia, trampa e incluso delito.

En plataformas de emparejamiento como *Tinder*, se acuerda entre la *app* móvil y el usuario, un comportamiento adecuado, en el que se prohíben acciones muy puntuales, por lo que se recomienda evitar ser alguien con interés de suplantar la identidad de otros, usando imágenes fotográficas ajenas; se acuerda también no generar incomodidad entre los otros usuarios y esto refiere en gran medida a compartir imágenes fotográficas que puedan considerarse falsas, engañosas y en algunos otros casos pornográficas. Sin embargo, lo anterior, parece ingenuo por parte de las plataformas, ya que hoy en día, fenómenos como el *catfishing*, práctica en la cual, a partir de posibilidades como la apropiación de imágenes fotográficas de otras personas a través de sus redes sociales, páginas *web* o buscadores de imágenes, se busca construir un perfil ‘falso’, propician una especie de usurpación de identidad en redes sociales o internet, con el objetivo de parecer más atractivo a otras personas. Este fenómeno desató un interés por documentar el problema de la suplantación de identidad y en 2012, MTV lanzó *Catfish: the TV show*, un programa de televisión en donde sus conductores intentan ayudar a personas a descubrir si las personas, con las que sostienen una relación a distancia surgidas a través de redes sociales o plataformas de emparejamiento, son quienes verdaderamente dicen ser o están siendo engañados. En la mayoría de los capítulos, los presentadores buscan verificar datos del presunto *catfisher* como nombre y apellido, nombre de usuario, número telefónico, imágenes fotográficas, ubicaciones geográficas, interacciones con otros usuarios

de redes sociales, la mayor cantidad de datos posibles por investigar, son posibles índices para que los presentadores indaguen sobre la veracidad del perfil en cuestión. En muchos de los capítulos de la serie, el *catfisher* es descubierto haciéndose pasar por alguien que no es, muchas veces debido a la revelación de informaciones del propio usuario. Internet y las redes sociales son espacios que propician lugares en donde uno puede sentirse cómodo adoptando personalidades que no siempre se atreverían a ser en un plano físico; aunque también se recurre al *catfish* con la intención de herir a otros para suprimir propias carencias afectivas.

En 2012 las regulaciones de las plataformas de emparejamiento y sitios *webs* no tenían interés por verificar identidades de sus usuarios; hoy la privacidad, protección de datos y verificación de información no se escapa de nadie: redes sociales, instituciones públicas y privadas, son obligadas a cumplir con estatutos para garantizar la seguridad de sus usuarios y los datos proporcionados.

Sin embargo, en la actualidad la construcción de *stories*, narrativas y ficciones, es incluso propiciada por las mismas redes sociales y el anonimato puede ser fácilmente disfrazado a través de filtros y máscaras que velan los rostros de los perfiles que todos los días uno ve. Parece ingenuo en un momento en el que las *fake news* se propagan de forma tan rápida que ponen en crisis a las agencias de noticias de todo el mundo. Hoy la verdad es un valor de dudosa procedencia, es un valor embestido por una avalancha de informaciones en la que nadie es capaz de verificar en su totalidad.

Hay que tener en cuenta lo que apunta Huizinga: cualquier juego

que contenga gran cantidad de reglas, acuerdos y limitaciones deja de ser juego, un juego tiene una cantidad razonable de reglas que garantizan un juego libre, pero ¿qué pasa con aquellos que deciden no apegarse a esas reglas y las rompen? Existen dos tipos de jugadores que se sustraen de esta dinámica lúdica: el tramposo y el *spielverderver* o «aguafiestas». El primero refiere al jugador que “hace como que juega y reconoce al menos en apariencia, el círculo mágico del juego” (Huizinga, 1975:30) y sus compañeros de juego reconocen su traición. En cambio, «el aguafiestas» es definido como “una cosa muy distinta que el jugador tramposo, él deshace el mundo del juego. Al sustraerse al juego revela la relatividad y fragilidad del mundo lúdico. [...] por eso tiene que ser expulsado, porque amenaza la existencia del juego” (Huizinga, 1975:30). Para el autor, la figura del *spielverderver* no comprende las funciones del juego y su ética es difícilmente equiparable a la del tramposo, pues tiene una completa falta de ella.

El aguafiestas tiene la habilidad de que por su parte generar un nuevo equipo de jugadores, de juegos, reglas y, por consiguiente, ganancias. En el juego contemporáneo, el *spielverderver* es el disidente, el revolucionario, el que usa al juego como un trampolín para proponer nuevas dinámicas de juego desde las limitaciones del juego inicial con un alto grado de elemento lúdico. *Tinder* y plataformas de emparejamiento digital cada vez se convierten en plataformas más rígidas en función de todas las regulaciones, limitaciones y en un contexto en donde casi cualquier asomo de acoso puede convertirse en una acusación que suponga un atropellamiento a los derechos civiles de los usuarios.

¿Quién es el aguafiestas en las plataformas de emparejamiento? Aquel que se permite disuadir las limitaciones para conseguir objetivos alternos y probablemente más divertidos ¿Es consciente el aguafiestas de sus acciones disidentes? Parece que no siempre. El usuario entiende a lo largo de su experiencia en la plataforma de las reglas limitan su experiencia, sus objetivos, sus metas, pero cuenta con otras herramientas que podrían ayudarle a alcanzarlos. El *spiervelder* es un papel emergente, porque no todo el tiempo lo es. Lo es justo después de que establece conexión con otro jugador, no antes. El aguafiestas no sabe que lo es hasta que propone el desplazamiento a otras plataformas o redes sociales que le ayuden a llevar a cabo su plan, el aguafiestas seduce, su seducción primaria es textual, porque en el momento que encuentra su propia lengua hace que la imagen fotográfica hable por él. En *Tinder*, por ejemplo, al realizar un *match* e iniciar una conversación con alguien al otro lado de la pantalla, los usuarios sólo se limitarán a comunicarse con mensajes de texto dentro del servicio de mensajería ofrecido por la misma plataforma, no existe una opción para compartir imágenes fotográficas, ubicaciones geográficas, mensajes de voz, videollamadas, entre otras. Esta limitación es la que hace que el aguafiestas decida salirse del juego y proponer otro juego en donde pueda realizar todo aquello que no está en las reglas del juego inicial.

En este sentido, el *spielverder* busca en gran medida un juego que apela en su mayoría a lo erótico, a generar experiencias alternativas de lo sexual. Existe un gran imaginario en torno a lo que los usuarios realizan en *Tinder*: memes, videos, *podcasts* o comentarios que aseguran que el objetivo principal de la *app* es abrir oportunidades

para practicar relaciones sexuales; si bien, el uso de estas plataformas propicia este tipo de relaciones es un espacio de visibilidad del usuario y en pocas ocasiones cumple su función inicial: generar relaciones amorosas estables y duraderas. Existe una tendencia que las ubica en plataformas para aquellos desesperados de contacto sexual, esto puede comprobarse al ver leyendas en biografías de perfiles como ‘NO BUSCO SEXO’, esto con la finalidad de no ser incomodados por usuarios que buscan lo contrario.

Uno de los intereses de esta investigación es poner práctica el papel del *spelverder* para generar nuevas reflexiones en torno a la experiencia que se vive en este tipo de redes, por lo que con la ayuda de filtros y efectos que hacen una transformación en tiempo real del rostro que se posa frente a la cámara del dispositivo móvil para modificar los rasgos del usuario al género distinto del que su cuerpo representa, registré tres perfiles masculinos de quien escribe estas líneas, en dos de las plataformas de emparejamiento de *swipe logic*, *Tinder* y *Bumble*, para indagar en la fragilidad de la condición lúdica de este tipo de *apps*, comparar y analizar en experiencias personales y cercanas. Este modo de analizar las plataformas de emparejamiento digital responde en gran medida a la metodología propuesta, en donde el representamen como primera cualidad del signo, es la representación de usuariod, que no soy yo personalmente, sino es la creación de nuevos perfiles con la intención de indagar en las dimensiones lúdicas de las plataformas de emparejamiento y al mismo tiempo experimentarlas, el siguiente nivel, será el de la relación, que será abordado en el siguiente capítulo.

El papel de los personajes creados, (las figuras del *spielverder*) (fig. 1) hoy se han mantenido dentro de estas plataformas evadiendo en gran medida al algoritmo que realiza la lectura de las imágenes fotográficas que se comparten en el perfil que considera falsas o suplantación de la identidad, sin embargo, la trampa ha sido descubierta por algunos usuarios que reconocen que ‘Gustavo’, ‘Juan Carlos’ e ‘Iñaki’ no están siendo parte del juego y eventualmente los demás reportan el hecho de no seguir las normas de convivencia de la plataforma.

Estos nuevos perfiles han intentado aplicar la menor cantidad de filtros posibles que puedan limitar la experiencia lúdica con la plataforma, reduciendo el filtro de ubicaciones geográficas para que los resultados muestren perfiles con más de 80 km de distancia, se eligió también que los perfiles se encuentren interesados en ambos géneros -en *Tinder* sólo se reconocen relaciones binarias-. Desde el inicio de este experimento se ha optado por dar *swipe* a la derecha y nunca a la izquierda para aumentar las posibilidades de *match*, y actualmente los perfiles alternos han demostrado generar mayor interés en perfiles masculinos y también con perfiles de mujeres transgénero.

1.3 BZZZ... UNA ABEJA NUEVA EN EL ENJAMBRE

Para reflexionar en torno a la plataforma *Bumble*, para interacción social en la digitalidad, en este apartado, se hará una reflexión en torno al concepto de «enjambre digital» propuesto por Byung-Chul Han, se busca indagar en la idea de la condición lúdica en esta plataforma.

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) ha declarado el 20

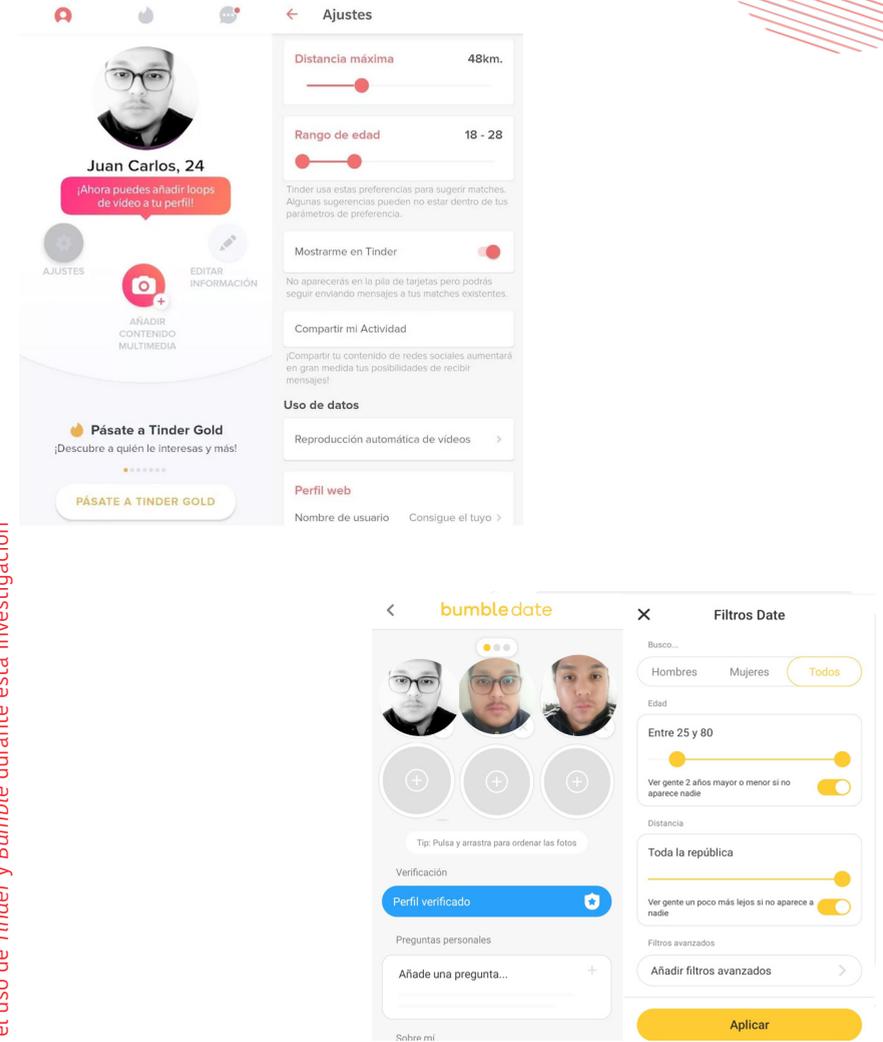


Fig. 1. Imágenes fotográficas modificadas a través de filtros y edición fotográfica para el uso de *Tinder* y *Bumble* durante esta investigación

de mayo como el Día Mundial de las Abejas, por su importancia al ser responsables en gran medida de la polinización y equilibrio ambiental, hoy en una inminente disminución de su existencia se ha considerado que la pérdida total de aquellos pequeños insectos voladores podría indicar un punto sin retorno de la supervivencia de cualquier ecosistema, civilización, vamos, ¡que el mundo completito sufriría su ausencia! Y no es para más, las abejas no sólo cumplen un papel esencial en la vida animal, humana y ambiental; sino también representan una figura que ha sido utilizada en luchas, campañas y acontecimientos de muchas personas en todo el mundo como ícono que representa sus valores en comunidad. La UAEMéx tiene como ícono representativo de la comunidad universitaria a insectos zumbadores como aquellos que construyen un “enjambre que liba el alma de auroras de sol”. A saber, si las abejas se encuentran verdaderamente interesadas en el trabajo académico, investigar o educar. Las abejas como insectos sociales distribuyen variedad de actividades entre sus semejantes para su supervivencia individual, pero sobre todo colectiva, por lo que suelen ser ejemplo de trabajo en equipo por la construcción de una comunidad ordenada y jerarquizada con bajo tres figuras principales: la abeja reina, obreras y zánganos.

Las abejas reina, al ser las únicas hembras fértiles, se vuelven responsables de ser quienes hagan crecer la comunidad, su función únicamente es ser quien produzca nuevos ejemplares a partir de su reproducción con los zánganos (quienes sólo se dedican a ello), generando sólo dos tipos de abejas distintas: sus sucesoras para que, en caso de que ella muera sean quienes tomen su lugar; por otro lado,

abejas obreras quienes dedican cuerpo y alma a alimentación, protección de la reina así como la construcción de un enjambre para que viva segura y asegure el crecimiento de ese enjambre. Las abejas son sin duda feministas y de las radicales, pero claro, nadie les ha preguntado eso aún.

El síndrome de la abeja reina, ha sido asumido y moldeado por la cultura contemporánea del empoderamiento feminista, por ejemplo, la cantante de R&B, Beyoncé se hace llamar *Queen B*, que juega con la pronunciación en inglés de la letra b y la palabra *bee* [abeja], por lo que puede ser una doble afirmación del poder y éxito alcanzado por ella misma. Y, por otro lado, *Bumble*, una aplicación de emparejamiento digital retoma también a la abeja reina como la figura ser la única con el poder de interactuar con otros (no se sabe si con los zánganos o con las obreras) y responsables de su propia experiencia con la aplicación móvil.

Cuando *Tinder* sufrió la separación de uno de sus miembros desarrolladores Whitney Wolfe Herd, que, al irse, lanzó una *app* del mismo corte: *Bumble*, esta aplicación decidió hacerle frente al éxito de *Tinder* bajo una forzada propuesta de lo políticamente correcto; *Bumble* no sólo ofrecería la oportunidad de conocer personas con su plataforma, sino sería una de las primeras *apps* con un sentido feminista para sus usuarios. (paradójicamente hetero-normados). Esta plataforma tiene una interfaz similar a la de su competencia directa, bajo una *swipe logic* e incluso una versión de paga; lo que hace diferente a *Bumble* a *Tinder*, es la posibilidad de enviar y recibir imágenes fotográficas, mensajes de voz, hacer llamadas y videollamadas. Esta *app*, por esa

condición y apertura de posibilidades, se ajusta a ciertas necesidades de los usuarios para realizar *sexting* porque el algoritmo no hace una lectura exhaustiva del contenido compartido. Pero ¿por qué aún está lejana del gran éxito de *Tinder*?

Si bien la plataforma se encuentra en el *ranking* de las 10 mejores *apps* de citas y encabeza la lista de las aplicaciones móviles imprescindibles para distintos dispositivos móviles, el número de conexión entre sus usuarios está condicionada por el movimiento de la abeja reina. En *Bumble*, quien tiene el poder de iniciar la conexión, son los usuarios identificados como femeninos, la abeja reina debe esperar hasta 24 horas por que los usuarios masculinos respondan a su mensaje después de hacer *match*, de no responder la coincidencia se pierde y la oportunidad de conocerse se desvanece (a menos de que se use la versión de paga). Este algoritmo resulta ser un poco más selectivo, por lo que se le considera una *app* en donde hay gente más guapa, atractiva visualmente y con un estatus económico mayor. Lo que muchas veces hace pensar a los usuarios que esos perfiles puedan llegar a ser *bots* o perfiles falsos. En esta *app*, el *spielverdenver*, móvil de este trabajo de investigación, registró muy pocas interacciones con mujeres, a pesar de que se hizo *swipe* a la derecha en todas las oportunidades posibles, se le atribuye al poco éxito del perfil alterno a la cuestión de que la abeja reina optaba por no iniciar la conversación a pesar de hacer *match*.

Se debe reconocer que la desarrolladora de esta *app*, con su propuesta abre un debate sobre las formas en la que las personas interactúan con el fin de establecer una relación, en la que culturalmente

se asume que es el personaje masculino quien debe y puede cortejar como una muestra de masculinidad y poder; plantea que los personajes femeninos son quienes también pueden ejercer ese poder sobre otros, por lo que en realidad esa figura de poder contradice con ese sentido igualitario. Asumiendo que, en realidad un sentido igualitario refiere a una misma cantidad de derechos y obligaciones para cualquier sujeto.

Durante la segunda ola feminista gestada en la década de los 60 y con una duración aproximada de 20 años, el término *Queen Bee Syndrome* [Síndrome de la abeja reina] se trasladaba el fenómeno del poder a un contexto en donde las «obreras» sufrían la desigualdad que causaba el hecho de que el éxito profesional de una mujer estuviera facilitado a partir de ciertos privilegios como el acceso a estudios universitarios, relaciones familiares o de amistad, traducidas en ventajas para escalar y conseguir puestos en contextos considerados masculinos como la política o los negocios, ignorando que quizá para otras alcanzar ese éxito supone doble trabajo por su condición de mínimos privilegios. Una imagen de la abeja reina que no es tan positiva como la que Herd, CEO de *Bumble* y su enjambre digital propone.

La construcción del enjambre en *Bumble* es responsabilidad en gran medida de las abejas obreras, que trabajan incansablemente para que la abeja reina pueda ver en su pantalla los mejores perfiles, en este sentido, es el algoritmo y la plataforma quienes trabajan para ella. Pero la tercera figura de esta estructura *enjambística* faltante es el zángano, aquel que está al servicio de la reina sólo para procrear, porque no tiene otra función.

Byung-Chul Han tiene bien sabido lo anterior, para el autor, el

problema del poder en el «enjambre digital», se encuentra en la ausencia de poder, por lo que un enjambre se construye gracias a «obreras» que no tienen idea por qué y para qué trabajan. Le falta alma, le sobra impasibilidad. Estas colectividades se construyen sin un gramo de singularidad, porque como ya lo auguraba Walter Benjamin, en 1936 ya no existe un *aura*, se ha perdido a partir de la repetición. El mundo contemporáneo plagado de enjambres digitales que no polinizan sólo zumban información, imágenes y ruido. La afirmación de Chul Han viene rígida, pero moldeable.

Para el autor los sujetos digitales se encuentran sometidos bajo el poder de algo, se sospecha del capitalismo como culpable de este hecho. Las plataformas de emparejamiento son un claro ejemplo de cómo estas “colectividades” se construyen a partir de una ausencia de singularidad; cada perfil es tan parecido al anterior, cada *selfie* es tan predecible como la que le sigue, los *millennials* definen este hecho como lo básico, como un adjetivo que no logra elevarse ni trascender y sólo se queda ahí copiando lo que le rodea en un contexto estereotipado y soso. El medio digital está fundamentalmente construido a partir de representaciones de una realidad actual.

Su postura reniega de las potencialidades que algunas redes sociales, algunos usuarios o algunas revoluciones digitales. De problemas que surgieron de esa relación con la digitalidad y que de forma emergente ha sido solucionado. Cuando ese enjambre digital despierta de lo ordinario, lo extraordinario sucede.

Sin embargo, como todo, existen mínimas excepciones y me gusta pensar que no se ha perdido la capacidad de asombro, que, aunque

sean instantáneas, hacen levantar la mirada y poner atención. Porque si bien, internet ha sido el escape o refugio de la realidad que sucede abrumadora, a veces al regresar la vista a la realidad, cuando internet sucede abrumador, es una posibilidad. Porque un futuro entretenido hasta el hartazgo cansa y a veces, el aburrimiento viene a ser el refugio. Y cada vez existen más personas que abogan por la emancipación de lo digital.

Y así, el enjambre se moldea, se modifica gracias a los síntomas del tiempo que una sociedad transcurre, por ejemplo, la aceleración. Se debe reconocer que, en efecto, esta dinámica acelerada, narcisista, hedonista, ruidosa, cansada apela a la relación con lo digital y las tecnologías que cada vez atrapan más.

REPRESENTACIÓN Y
SUJETO: IMÁGENES
FOTOGRAFICAS

2

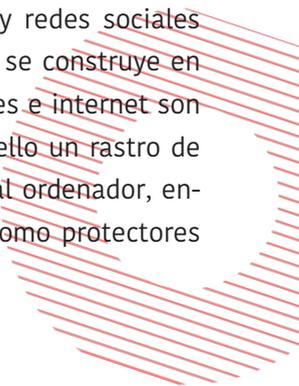


Me siento múltiple. Soy como un cuarto con innumerables espejos fantásticos que distorsionan hacia reflejos falsos una única realidad anterior que no está en ninguna y está en todas.

Fernando Pessoa

En este segundo capítulo, se ubica en la segunda dimensión de la construcción lógica de Ch. S. Peirce, denominada objeto. El objeto, no está entendido como una cosa, sino como una relación entre el signo que creado y el objeto que estudio, en tal sentido, el signo es en este caso, es la forma en la que el día de hoy los usuarios se relacionan socialmente a través de la creación de perfiles en *Tinder* o *Bumble*, que como objeto crean una relación con el otro, encontrando en la imagen fotográfica esa forma de relación. Por lo que en este capítulo se abordará a la imagen fotográfica como una práctica que ha propuesto la construcción contemporánea del sujeto para interactuar con sus semejantes.

Yo es pronombre personal, prefijo y estilo de vida que se ha adoptado en la época actual, no es coincidencia que la marca *Apple* en todos sus dispositivos agregue el prefijo “i” para nombrarlos: iPhone, iPad, iMac, iOS, etcétera. No hay otra época en la que el «yo» importe tanto como ahora. El lenguaje actual para internet y redes sociales refiere constantemente a uno mismo, tal parece que se construye en función de ello, las computadoras, dispositivos móviles e internet son tan personales como públicos, pero siempre hay en ello un rastro de quien pertenece, ya sea desde pegarle calcomanías al ordenador, enfundarlo con silicón, utilizar imágenes fotográficas como protectores



de pantalla y por supuesto cada historial de navegación habla de las dudas, preguntas y búsquedas de uno mismo.

A cada preocupación se le agrega el prefijo en inglés *self* y que aparece como tendencias en redes sociales como *Twitter* o *Instagram*, la preocupación por el cuidado del cuerpo y la salud tiene infinitos resultados nombrados como *selfcare*, *selflove*, *selfworth* y un sinnúmero de etéreas. Esta época está construida para uno mismo, desde uno mismo.

El “*i*” y el “*self*” incluso parecerían pleonismo, pero sin duda definen a esta actualidad permeada por el individualismo, narcisismo y una plena atención por uno mismo. Sin embargo, el «yo sujeto» a pesar de su particularidad unitaria se encuentra dentro y fuera de sí mismo, constituido por la segunda y tercera persona del singular y del plural.

Edgar Morin (1992) propone varias nociones del sujeto que pueden vislumbrarse para construir un «yo sujeto», entendiendo que al sujeto le afectan diversas cuestiones en su construcción, incluyendo su forma más particular, es decir, la biológica, pero no en un sentido determinista y radical, sino por la lógica de un ser vivo. Morin renuncia a la idea de que la autonomía del sujeto se encuentra en su separación o idea de libertad de otros entes que podrían afectarle. El sujeto se auto-eco-organiza, según Morin, porque el sujeto se organiza a sí mismo desde el ambiente en el que se encuentre, sin embargo, ese ambiente no sólo es externo, sino también desde dentro de sí, resulta entonces la relación dentro del cuerpo humano, sus organismos y su biología lo que hace que también se organice en un ambiente externo como el social, cultural, político, etcétera. El sujeto y su organización son vivientes.

Ahora bien, Morin pone en tela de juicio también la noción de individuo, como un ente unitario, original, limitado, siendo así paradójico en su desarrollo. Un individuo es el producto de un ciclo de reproducción, que, al terminar de suceder, se repite nuevamente y de forma casi infinita. Este nuevo producto, indica Morin, interactúa y se relaciona con otros individuos parecidos a él mismo, construyen una organización para comprenderse entre ellos, en este caso el lenguaje y la cultura.

Las nociones del sujeto son pertinentes para esta investigación debido a que el sujeto contemporáneo parece no reconocer que su subjetividad se encuentra atravesada por lo que le rodea. El “*i*” y el “*self*” no son más que la exigencia cultural externa, más que por una decisión autónoma de uno mismo. Y el lenguaje utilizado en medios digitales y en una cultura global abogan por una construcción del sujeto propia, privada y diferente, pero al mismo tiempo, para validar esa existencia se realiza de forma ajena, pública y similar de las demás.

El sujeto es rizomático, múltiple, enraizado en una subjetividad de ambiente en la lógica de la propuesta de Morin. El sujeto en relación a la tecnología, digitalidad e internet, es una forma de comprender que el sujeto se inscribe en la multiplicidad. Fernando Pessoa y sus múltiples personalidades -no como trastorno- sino por estrategia creativa es un ejemplo de cómo uno puede enfundarse en diversas personalidades y jugar con ellas para sentirse, adaptarse y hacerse parte de un espacio propio. Menciona Pessoa:

Me siento múltiple. Soy como un cuarto con innumerables espejos fantásticos que distorsionan hacia reflejos falsos una única realidad anterior que no está en ninguna y está en todas. Como el panteísta se siente árbol, e incluso flor, yo me siento varios seres. Me siento vivir vidas ajenas, en mí, incompletamente, como si mi ser participara de todos los hombres, incompletamente de cada [uno], por una suma de no-yos sintetizados en un yo postizo. (Pessoa, 1915)⁶

Alberto Caeiro, Álvaro de Campos, Bernardo Soares y Ricardo Reis heterónimos de Fernando Pessoa representan un sujeto múltiple que se identifica como proceso que se transforma en función de la cultura que le rodea, no es un ente fijo, individual e independiente. Fernando Pessoa, autor, narrador y protagonista. En espacios como redes sociales y en particular plataformas con *Swipe Logic* la re-presentación del sujeto de quien las usa se hace a través de texto e imagen fotográfica. Por un lado, el espacio producido por el texto aparece como género autobiográfico en el apartado nombrado como *bio* o en donde las redes sociales invitan al usuario a describir más de quien la usa y que parece ser una forma de expresión de la vida y obra del sujeto. Menciona la autora Paula Sibilía (2013) que los espacios ofrecidos por la interacción del sujeto con la web y redes sociales, es posible inscribirse a una idea

sobre el anonimato. La autora considera que el género autobiográfico y la ficción encuentra en los medios digitales bastantes recursos que posibilitan la construcción de múltiples narrativas en torno a uno mismo, ocupando tres roles que se muestran en dichos espacios: autor, narrador y protagonista de una o varias realidades que se constituyen una fantasía hacia los demás. Ella menciona:

El *yo* de cada uno de nosotros es una entidad compleja y vacilante. Una unidad ilusoria construida en el lenguaje a partir del flujo caótico y múltiple de cada experiencia individual. Pero si el *yo* es una ficción gramatical, un centro de gravedad narrativa, un eje móvil e inestable donde convergen todos los relatos de uno mismo, también es innegable que se trata de un tipo muy especial de ficción. [...] Acaba provocando un fuerte efecto en el mundo. (Sibilía, 2013: 37)

La constitución narrativa, ficticia y fantasiosa del *yo* a veces se suele sujetar a una condición falsa, de mentira, de falta de originalidad, como si existiera una forma de validar la existencia de un *yo* puro o verdadero. Y en un contexto en donde la pureza, la verdad y la mentira se encuentran más que en crisis que invalidan su cuestionamiento. Por lo que Sibilía acierta en mencionar tres tipos de roles autor, narrador y personaje de la construcción del *yo*, sin embargo, W. Benjamin (1936) reconocería que la constante reproducción narrativa lograría un desdibujamiento de cada rol de la narrativa por lo que autor, narrador y personaje suceden al mismo tiempo y espacio, su disociación no puede ser reconocible, de esta forma un *yo* verdadero, original y único sim-

⁶ No sé quién soy, qué alma tengo. Fragmento de *Páginas Íntimas e de Auto-Interpretação* [ca. 1915], texto establecido por Georg Rudolf Lind y Jacinto do Prado Coelho [Lisboa, 1966], traducción de Leopoldo Laurido para Ática. En Pessoa, F. (2017). *No sé quién soy*. *Revista de la Universidad de México*, (828), pp. 6. <https://www.revistadeluniversidad.mx/articulos/8ba47c23-2509-4ae5-bc7e-d7e77e5c9e79/dos-escritos>



plemente no tendría lugar en una constante reproducción de sí mismo. Fernando Pessoa y sus múltiples personalidades lo acompañarían a todos lados, así como a todos los usuarios inscritos en una red social que construyen una personalidad para cada situación de su yo. Afectado por la alteridad y lo que le rodea.

El concepto de individuo e identidad se encuentran en crisis. No es coincidencia la incomodidad actual de muchos jóvenes de sentirse encasillados en un género que limita sus personalidades, intereses y preferencias. Por ejemplo, la imagen fotográfica es una estrategia que valida tal identidad que muchas veces ha limitado la experiencia de la identificación del sujeto como los documentos de identidad, credenciales oficiales que identifican al sujeto que la porta (INE, Pasaporte, DNI, etcétera), la cual incluye nombre completo, fecha y lugar de nacimiento, en algunos casos firma autógrafa, las más sofisticadas hasta el registro de datos biométricos y por si no fuera poco, se acompaña con una fotografía del sujeto, para simplemente entrar a un país distinto al de origen, por mencionar un caso.

En las redes sociales y en *apps* de emparejamiento, el concepto de identidad deja de ser limitado gracias a esa constante producción y consumo de imágenes. Por otro lado la posibilidad de que el dispositivo sea el mediador de la relación con otros supone la potencia de la construcción de un proceso múltiple de identificación de sus usuarios con la acción de compartir imágenes fotográficas, escribir una *bio*, utilizar un nombre de usuario, publicar su edad, género y ubicación; requisitos necesarios para ingresar a esas redes y que pueden transformarse, haciendo que ésta nueva identificación se parezca más a la persona que

busca ser vista, reconocida, por lo que la identidad y sus documentos oficiales se desdibujan al menos solo para un espacio digital. El contenido lúdico de este proceso se encuentra en que el filtro de selección no está tan rigurosamente vigilado y este tipo de aplicaciones resulta liberador para encontrar un espacio donde el sujeto pertenezca más ahí que fuera de la red. Ese filtro de selección resulta igualmente frágil haciendo que también cualquier sujeto tenga la oportunidad de realizar tal proceso de identificación incluso con objetos propios por lo que de pronto se ve en redes sociales padres de familia haciendo perfiles de *Instagram* a sus bebés recién nacidos o a sus mascotas, elementos que conforman imaginarios digitales del «yo».

En 2020 la cuenta oficial de la plataforma Tinder publicaba lo siguiente: “*if you link your instagram to your Tinder and every post is either architecture or a plant i do not trust you*” [Si enlazas tu cuenta de Instagram a tu Tinder y cada *post* (publicación) es arquitectura o una planta, no confío en ti] (@Tinder, 2020) dicho *tweet* alude a que por un lado, para la plataforma, el no tener información tan personal como la imagen personal de quien la usa supone un problema para que el algoritmo pueda verificar que el usuario realmente se trate de una persona, pues carece de su propia imagen fotográfica, por lo que para sus otros usuarios potenciales podrían poner el tela de juicio la decisión de ingresar a su plataforma. Sin embargo, la imagen fotográfica que se comparte en redes sociales como *Instagram* ha dejado de ser un espacio que exhibe la simpleza de la vida. *Instagram* se ha convertido en el espacio por excelencia de la postproducción de una imagen fotográfica, del disfraz opulento de la simple cotidianidad, que la ha convertido



en una plataforma de curaduría de imagen confeccionada a placer de quien la usa, el *feed* de cada usuario se conforma por la interacción entre las cuentas, *likes* o intereses que se le muestre. Ahora bien, ni siquiera *Tinder* puede culpar esa falta de confianza a sus usuarios al compartir fotografías de arquitectura, plantas o dibujos o gatitos o infinidad de cosas ya han sido fotografiadas hasta el cansancio, debido a que la misma estructura de la plataforma *Instagram* ha propiciado la intención de compartir dicho contenido. Por otro lado, ese tipo de imágenes fotográficas de objetos, seres vivos, edificios, etcétera, se encuentran sujetos a la propiedad de un dispositivo tecnológico y de alguien que los comparte, es decir, de un «yo». Ese «yo» es un sujeto que a través de compartir de forma remota con otros interesados en su contenido le hace sentir bienvenido en un espacio que se construye para sí mismo. Y tal parece que muchas de las plataformas de emparejamiento, redes sociales e internet consideran imprescindible que el sujeto comparta imágenes de su cuerpo o *selfies* para que el sujeto se identifique, cuando el catálogo de imágenes que comparten en sus redes sociales es ya el proceso de identificación en el que el sujeto se encuentra. Por lo anterior, me parece que el concepto de identidad no daría cabida a un fenómeno de búsqueda de la construcción del yo en la contemporaneidad, la cual sucede acelerada y múltiple.

Por otro lado, todos los perfiles creados en estas *apps* como estrategia recurren a las mismas posibilidades que la red ofrece, como aplicarse un filtro fotográfico de *Snapchat* y presentarse ante el otro como un nuevo sujeto y construirse gracias a la mirada externa; este nuevo personaje no necesariamente es el que me acompaña en la vida

fuera de la red. Ahora bien, muchas de las redes sociales y en particular las *apps* de emparejamiento han reconocido tal posibilidad que las ha hecho tambalear, por ejemplo, antes de que un usuario se registre totalmente a sus plataformas, se le describe un acuerdo de privacidad, y reglas de la comunidad, en las que se indica y enuncia “no finjas ser alguien que no eres” y se refuerza gracias a estos filtros de verificación, en la que si uno es la persona que dice ser, debe subir una fotografía realizando un gesto con las manos, y esa imagen que leída por un algoritmo, “verificará” la misma. Sin embargo, esta opción sigue siendo prescindible. La veracidad y validez del sujeto aún recae en la imagen fotográfica.

2.1. *iSelfie*

Joan Fontcuberta, fotógrafo y ensayista que ha analizado el fenómeno del *selfie* y las implicaciones tecnológicas para la elaboración de imágenes fotográficas en torno al autorretrato acertadamente ha afirmado que el fenómeno del *selfie* se inscribe a una necesidad del sujeto de mostrar una certificación de lo que él llama «yo-estaba-ahí». Nótese la importancia de nombrar que el «yo» como la presencia que valida tal hecho.

En la historia de la fotografía de autorretrato o de aquella que busca la representación de uno mismo, como Fontcuberta (2016) alude, es posible notar una distancia física y simbólica que se interpone entre ambos, del sujeto y de la cámara o dispositivo móvil, el contacto físico es distante; lo que el autor lamenta es que “*ya no hay proximidad,*

ahora la realidad aparece en una proyección fuera del cuerpo, distinta de la percepción directa, en una imagen que ocupa una pequeña pantalla digital que ya ha sido procesada” (Fontcuberta, 2016:86) Es necesario admitir que la previsualización de una imagen fotográfica es solo una dinámica que se apega a un procesamiento de datos de una cultura que ha exigido vivir y suceder de prisa pero aquello no significa una total distancia simbólica ni física. Y que lastimosamente, a pesar del autor la relación con los dispositivos para hacer fotografía no ha originado una percepción a distancia de la representación de la realidad, sino al contrario, ha logrado una cercanía con la creación y representación de diversas realidades a través de la distancia física y simbólica con el mundo.

Cabe cuestionar si las *selfies* a pesar de ser una representación cercana de uno mismo, se practican a distancia. Cada vez más la exigencia por facilitar y eludir dicho distanciamiento ha disminuido gradualmente gracias a la integración de diversas posibilidades otorgadas por los dispositivos móviles como *smartphones* y *tablets*. Un ejemplo de lo anterior son las discusiones de usuarios en la red durante la presentación anual de las actualizaciones o nuevos productos ofrecidos por la compañía *Apple*, creadora del *iPhone*, *iPad*, etcétera, dichas discusiones intentan predecir los nuevos agregados a los dispositivos. Manifiestan que en cada presentación la “mejora” se reduce a agregar una nueva cámara al dispositivo (en el *iPhone 12 Pro-Max* incluye 3 cámaras traseras y una al frente del dispositivo), pocas mejoras a sus sistemas operativos y a precios exorbitantes. Si bien el permitirse un dispositivo tan sofisticado no es posibilidad para muchos, pero los

usuarios nunca se han limitado para encontrar un dispositivo adecuado para realizarse *selfies* o cualquier otro tipo de imágenes. La creación de esos dispositivos con cámaras fotográficas tan sólo ha sido un pretexto capitalista de las grandes compañías que han lucrado con la necesidad del sujeto para hacerse ver.

Retomando la distancia física y simbólica que alude Fontcuberta, también es necesario reconocer aquellos otros artefactos surgidos como facilitadores de una producción de *selfies* de forma profesional que no sólo hablan de la acción fotográfica sino de la inscripción del sujeto en la cultura y su representación. Philippe Dubois (1986) considera que la *imagen-acto* no sólo engloba a la acción de tomar una fotografía sino también de su recepción y su contemplación. En un contexto en donde la previsualización, edición y distribución de una imagen suceden de forma inmediata, habla también del síntoma de una cultura y su temporalidad.

Es cierto que hacerse un *selfie* no requiere de una gran producción hasta hace algunos años cuando la previsualización de la imagen aun no era posible o el tener una cámara delantera que sirviera como “espejo” del retrato. Recuerdo que, en mi adolescencia, los primeros teléfonos celulares que integraban una cámara eran limitados, pero nunca faltaban en las fiestas de amigos o en la escuela, el dispositivo era entregado a la persona con el brazo suficientemente largo, los demás nos colocábamos estratégicamente detrás de esa persona. Durante ese tiempo, la cámara frontal aún no estaba integrada por lo que había que “atinar” para presionar el botón de captura de la imagen, lo que hacía que quien capturaba la imagen al ser fotógrafo-contorsionista a su vez

tuviera que ser lo suficientemente flexible para flexionar la muñeca y tener una capacidad espacial privilegiada para encuadrar a aquellos quienes estábamos posando. Si la imagen fotográfica salía bien sería la fotografía en primerísimo primer plano la manga o muñeca del fotógrafo y su brazo, el primer plano de su rostro; en segundo y tercer plano el grupo de personas. Pronto el problema del primerísimo primer plano de la manga o brazo sería reducido por la integración de la cámara frontal del dispositivo, que sugería un completo control de quien posa frente a la cámara, sin embargo, no del espacio que lo acompañe. El brazo de quien sujeta el dispositivo se ubica al frente, arriba, desde abajo o desde diversos ángulos que propician la exposición del lugar de dónde el sujeto se encuentre. Por lo que no existe lugar en el mundo y fuera de él que el *selfie* no haya conquistado.

El *selfie* y sus derivados se han profesionalizado cada vez más y evitan ser reconocidos como simples imágenes fotográficas con falta de calidad en todo sentido. Joan Fontcuberta (2016) reconoce esa distancia física cuando al problema de la incómoda posición del brazo extendido surge el *selfie-stick* una especie de trípode para dispositivos móviles que funge como una prótesis del brazo que abre el encuadre a fotografiar e incluye un obturador que fácilmente puede ser presionado para realizar la captura. El *selfie-stick* se puso de moda por corto tiempo también fue considerado *non grato* para espacios cerrados como museos, centros turísticos y religiosos, aeropuertos, recintos artísticos y deportivos, entre otros al considerarlo un artefacto peligroso que limitaba y “manchaba” experiencias en su mayoría turísticas o de entretenimiento.

A partir del auge de la creación de contenido para *YouTube*, *Instagram*, *Vimeo* y otras redes sociales, la imagen fotográfica ha sufrido una regresión a los estudios fotográficos. La pre y post producción de contenido audiovisual es tan necesaria que es casi imperceptible y hasta parece casual. Como cuando a mediados del 2020, cuando la pandemia por COVID-19 orilló a la mayoría de las personas a quedarse en casa, la creación de contenido audiovisual en plataformas y redes sociales se multiplicó, la plataforma *Tik Tok* encontró en dicha situación la posibilidad de registrar millones de usuarios que frente a la cámara del dispositivo se disponían a grabar videos de hasta 6 segundos que conformaron una estética particular, la estética del aro de luz.

El aro de luz relega al *selfie-stick* porque sólo rescata al obturador conectado vía *bluetooth*. La distancia es completa. El aro de luz es una lámpara circular que provee de la iluminación adecuada y uniforme para quien se encuentre frente a ella, utilizada en su mayoría para la realización de tutoriales, *selfies*, *nudes*, videos cortos. Curiosamente es sencillo notar si un usuario utiliza un aro de luz debido a que la luz de este se refleja en los ojos, lentes o cualquier objeto que la refleje. Este nuevo artefacto es el *boom* y el objeto de deseo de jóvenes aspirantes a creadores de contenido porque da una sensación de profesionalización del contenido audiovisual en la que la contratación de fotógrafos y editores es opcional, ya que uno puede fungir como productor, fotógrafo, editor. Hacia finales de 2020, los aros de luz fueron el objeto más regalado durante la época navideña.

Otro ejemplo de la distancia física de la que habla Fontcuberta tiene que ver con las imágenes con un corte similar a las de las *selfies*

pero con contenido sexual, los *nudes*. Durante el 2020, *OnlyFans* plataforma de creación de contenido a partir de la suscripción mensual de *fans*, reúne a creadores de todo tipo, tuvo un exponencial éxito al recibir contenido en su mayoría enfocado al entretenimiento para adultos. Hace unos meses, un *tweet* publicado por una usuario de *Twitter* reveló acciones realizadas por usuarios de *OnlyFans* que reflejan su relación con los dispositivos y las imágenes fotográficas, en dicha publicación comparte una imagen fotográfica que registró la caída de la mujer durante una sesión fotográfica de *nudes* (Fig. 2). La mujer con humor compartió lo sucedido, sin embargo, aquello que llama la atención no es el accidente, sino que se aferra al disparador de la cámara que sostiene como si su vida dependiera de ello, sorprende también la construcción de la escena que incluye un fondo blanco, una silla de bambú, cojines blancos e iluminación neón, la mujer que en lencería negra da cuenta del corte del contenido de sus imágenes fotográficas.

Si bien es cierto, la distancia es visible pero la relación con el dispositivo nunca había sido tan cercana. Las acciones realizadas por los usuarios con tal de obtener ese certificado, registro, ese «yo-estaba-ahí» resultan casi insólitas. Hoy se está tan cerca de las representaciones del cuerpo del sujeto que no es posible permitirse una imperfección, sobre todo porque ante la mirada del otro la influencia es mayor sucede en vivo. Le llaman suavizar a un algoritmo que busca reflejarle al sujeto que se posa frente a la cámara del dispositivo una representación de lo que no es pero que le puede mostrar al mundo que sí.

Fig. 2. Imagen compartida por *Twitter*, sobre el acto fotográfico.



2.2 ENTRE NARCISOS Y MEDUSAS: ACTOS PERFORMATIVOS

Philippe Dubois en su tercer capítulo de *El acto fotográfico* (1986) lleva a comprender que la acción fotográfica tiene un carácter indexal bajo la lógica de Ch.S. Peirce, dotando así de signo y a su vez pensamiento la imagen fotográfica. Lo indexal de la fotografía digital hoy en día puede ser atribuido a una necesidad de mostrar un “yo estuve aquí”



como prueba de una experiencia, una huella.

Dubois plantea dos figuras mitológicas Medusa y Narciso, para establecer lo que él llama “mitologías de la fotografía” y el poder de la mirada en ambos casos, sin embargo, a estas dos aseveraciones se le puede agregar la posibilidad del que cada personaje representa el *performance*-acto de la fotografía hoy en día.

La acción que sedujo a Narciso no fue verse a sí mismo, sino la posibilidad del espejo de reflejar “la imagen del espectador que lo observa, que allí se observa. Soy siempre yo pues el que me veo en el cuadro que miro. Yo soy (como) Narciso: creo ver a otro, pero siempre una imagen de mí mismo”. (Dubois, 1986:129)

En el *mirror selfie* o -como Fontcuberta lo llamaría- reflectogramas, se inscriben dos tipos de mirada que el mismo Narciso controla. Al posarse frente al espejo, el sujeto se mira y el reflejo le devuelve la mirada, forja la imagen que el sujeto desea ver y que, al agregar el dispositivo fotográfico frente al espejo y capturar un encuadre del sujeto reflejándose frente al espejo, asegura cómo lo verán los demás. Menciona Dubois a propósito de la obra Frente a frente: “Narciso y su reflejo. Nosotros, espectadores excluidos de esta relación, fuera de juego, obscenos. Somos un tercer término ignorado, neutro; estamos colocados en un «él» voyeur de la pareja «yo/tú»”. (Dubois, 1986:129). Se podría notar el desdibujamiento de una relación que deja de lado al espectador, quien se implica cada vez en una intimidad que protagoniza el encuadre de la imagen fotográfica.

El *mirror selfie* que muestra la imagen de uno mismo y lo que le rodea reflejado en un espejo en espacios medianamente controlados.

Cuando la tendencia de imágenes fotográficas frente al espejo explotó, miles de usuarios no sólo inundaban las redes de ese tipo de imágenes, sino que fue posible conocer más de su entorno, de su intimidad, adoptando el hábito de *zoomear* o interesarse más por el fondo que rodea al sujeto que por quien se posa frente al dispositivo y el espejo. Erotizando aspectos incluso precarios, por ejemplo, la tendencia de la *pobrezafilia* en la que el plano de fondo revela la condición socioeconómica limitada del sujeto que comparte la imagen fotográfica: techos de lámina, muros de tabique, cortinas como puertas, algún elemento incómodo que salte a la vista. El *voyeur* como infiere Dubois, no se encuentra en la ecuación al momento de que el Narciso acciona frente a la cámara, sino cuando éste la comparte, la experiencia narcisista no se encuentra escindida del otro, ni de lo Otro, ya que depende del viaje frenético de la visibilidad en la red.

Los *likes*, reacciones, *double taps* en la imagen fotográfica son los espejos devolviendo la mirada. La relación «yo/tú» se reduce la distancia con su reflejo, esa distancia con la que Narciso sufre y desea disolver.

El sujeto literal y simbólicamente se refleja ante el espejo y lo muestra todo el tiempo, la espectacularización de su reflejo se encuentra basada en una intención de mirada y seducción. Darian Leader en su libro *El robo de la Mona Lisa: Lo que el arte nos impide ver* (2014), cuenta que el célebre hurto de la pintura de la Mona Lisa en el museo de Louvre en París fuera descubierto a partir de un reflejo, el reflejo del cristal que protegería dicha pintura, que dividió en su momento las opiniones que por un lado se quejaban por el cristal que impedía



“ver” la pintura y por otro aquellos que sólo buscaban el reflejo de sí mismos en el vidrio que cubría la pintura. Leader menciona que “Las grandes pinturas se habían vuelto simples herramientas al servicio de nuestro narcisismo” (Leader, 2014:40). El pintor Louis Bérout, que al visitar el Louvre la mañana del 22 de agosto de 1911, con la esperanza de verse reflejado en el cristal de la Mona Lisa, descubre que el cuadro no se encuentra en su lugar, decide esperar a que seguridad confirme si la pintura se encontraba en algún otra parte del museo y al obtener respuesta negativa de todos los anexos del museo, por fin se avisó a la policía, el cuadro había sido sustraído una noche antes. “Se encontró la cubierta de vidrio que había llevado a Bérout al museo en primer lugar en una escalera de caracol que conducía a un patio, pero ahora, ay (sic.), no le serviría a nadie” (Leader, 2014:41)

Por lo anterior, los *mirror selfies* no se hacen en cualquier lado, el sujeto siente que merece accionar frente al espejo de acuerdo con el lugar donde se encuentre y que revele la condición de “merezco ser visto”. Leader (2014) acierta en su afirmación sobre cómo las pinturas se vuelven espacios para enmarcar el narcisismo de los sujetos que se posan frente a ellas.

Mis más sinceras y personales disculpas a Anish Kapoor, Yayoi Kusama, Melanie Smith, James Turrell, Rafael Lozano-Hemmer y en todas las exposiciones en las que he dejado que mi narcisismo me seduzca.

Y hablando de seducción, la otra figura mitológica a la que Philippe Dubois se refiere es a Medusa. La criatura femenina de gran belleza y de preciosos cabellos que al ser objeto de la envidia de Atenea y en

venganza por seducir a Perseo, su cabellera fue transformada en un nido de serpientes que cubría su bello rostro y que quien se atreviera a verla quedaría seducido, pero al mismo tiempo horrorizado por lo que cubre su rostro, quedando petrificado y finalmente convertido en piedra. La mirada de Medusa es maldición, es horror, es petrificación, pero sobre todo es seducción. Encanta.

De ahí que lejos de ser una maldición, Perseo considere acabar con ella, al verse inmerso en un espacio repleto de figuras de piedra, sin embargo, el reto consistía en no quedar petrificado en la lucha por acabar con ella, por lo que se arma de un escudo tan brillante que reflejaría a Medusa su propia mirada, seducida y petrificada por sí misma.

Dubois (1986) percibe dos efectos claros en el acto de la «medusación». El primero tiene que ver con una reversibilidad del poder de la mirada. En el contacto de la mirada del sujeto y ella sucede un intercambio, una identificación que cautiva y es en ese momento en el que su poder petrifica:

Ver la Gorgona es mirarla en los ojos y, por el cruce de las miradas, dejar de ser uno mismo, ser viviente, para convertirse como ella, en potencia de muerte. (...) En el cara a cara de la frontalidad, el hombre se coloca en posición de simetría respecto de los dioses. (...) Se establece, por consiguiente, entre el hombre y el dios, una contigüidad, un intercambio de estatuto que puede llegar hasta la confusión, la identificación, pero en esta proximidad misma se instaura el desgarramiento de sí. (Vernant en Dubois, 1986:137)

El otro efecto de la «medusación» se encuentra en el tiempo en el que este acto sucede, el cual dura un instante. Dubois explica que, cuando Perseo decide acabar con Medusa no sólo busca que termine petrificada, sino tener su cabeza, acabar simbólicamente con aquello que maldice, su cabellera y sus ojos, por lo que el momento preciso para acabar con ella debe ser antes de que ella se auto-petrifique, cuando Medusa todavía no es piedra. Es esa oportunidad que Perseo no puede desaprovechar que Dubois denominaría el instante. Cuando el corte de la cabeza de Medusa.

Los efectos producidos por la «medusación» de Dubois, concluiría que funcionan como la máscara que se encuentra ante la mirada, el centro de la propia imagen: vivir y morir por ello. “Nuestra propia imagen siempre enmascarada en su misma exhibición y siempre exhibida detrás por su máscara misma” (Dubois, 1986:139)

Al respecto de ello, Darian Leader explicaría lo anterior bajo la lógica de la máscara y la mirada de Jacques Lacan. En donde como sujetos, adquieren la capacidad de ser seducidos por las imágenes y ello no es necesariamente un don, sino también resulta amenazador. La mirada puede tener un grado de malicia, por ejemplo, las típicas creencias sobre el “mal de ojo”. El poder de Medusa, tiende a volverse lo más buscado y a la vez de lo que cualquiera debiera huir, por lo que para ambas situaciones, las máscaras son de ayuda y pasar desapercibidos bajo ese poder o para que lo que se encuentre bajo esa máscara no sea identificado. El escudo de Perseo no era más que una máscara para que ante los ojos de los demás, su poder no quedara cuestionado ya que Medusa, incluso para él, resultaba más amenazante.

Hoy la máscara de Medusa puede ser usada sin miedo. Hoy se busca seducir y petrificar a través de la mirada. Uno se enfunda de máscaras para ocultar una condición vulnerable bajo ella. Es el arma que uno usa para mantenerse cerca del otro y al mismo tiempo a distancia de él, se enmascara para protegerse: “La palabra máscara deriva de la palabra griega para amuleto, un objeto con una función protectora para atraer y absorber la influencia del mal del ojo” (Leader, 2014:54)

Uno performa entre Narcisos y Medusas. Nuestro mal necesario tiene que ver con la mirada de uno mismo y ante los demás. Performar entre estos personajes supone también performar el género, como indicaría Judith Butler (2007) a través de ese rompimiento desde el pensamiento postestructuralista, su teoría desde la construcción rizomática de Gilles Deleuze, puede hablar de una multiplicidad de *performances*. Butler da cuenta de las limitaciones del lenguaje que excluyen la multiplicidad del género y la experiencia de la construcción del sujeto, en donde a su vez se vuelven espacios que buscan estabilizar el signo de la identidad bajo etiquetas en las que no siempre los sujetos encuentran cabida.

Regresando un poco a la construcción del sujeto contemporáneo, ya abordado en la primera parte de este capítulo. El sujeto no sólo realiza procesos de identificación, sino los performa y es a través de la imagen fotográfica en dónde encuentra la más noble representación de ello, por ser un medio y dispositivo que le provee de posibilidades casi ilimitadas de representación.

El género bajo la lógica de Butler no es unívoco, ni biológico -como se mencionó anteriormente con relación al sujeto- sino que el

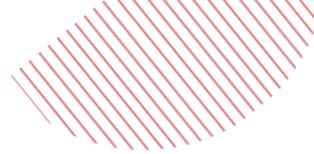
género se alimenta de la subjetividad y la integración del sujeto en la cultura, haciendo que, este sea continuo, por lo que también renunciaría a categorizar dos roles de género (masculino y femenino) que hegemonizan la cultura. La performatividad de género según Butler y su construcción caen irremediamente en marcos rígidos que limitan su tránsito continuo y rizomático, sin embargo, su propuesta retoma la subversión del sistema a través del desplazamiento de asumir un género: *“El género está condicionado por normas obligatorias que lo hacen definirse en un sentido u otro (generalmente dentro de un marco binario) y por tanto la reproducción del género es siempre una negociación de poder”* (Butler, 1998:322) Multiplicarse y renunciar a la identidad sería de forma subversiva atacar un régimen que busca limitar al sujeto y disentir de las ideas de la verdad de un género o sexualidad de origen.

Transitar entre Narcisos y Medusas como figuras masculinas y femeninas es necesario porque uno está atravesado por el género de cada personaje mitológico, ponerse máscaras que protejan o integren a la mirada del otro, al espacio o ambiente para auto-eco-organizarse, como menciona Edgar Morin. Así pues, la performatividad se encontraría en asumir la posibilidad performativa de la diversidad de género, no encasillada en el binarismo y una posibilidad de subvertir la dominación ejercida por una cualidad simbólica, de estabilización de signos.

Ahora bien, J.L. Austin (1955) pionero en la construcción del concepto de performatividad menciona que el lenguaje contiene una capacidad de performatividad con efectos inmediatos. El autor señala que el sujeto al momento de enunciar sus actos y su ejecución, se con-

vierten en actos performativos, los cuales a su vez parecen tener tres funciones, una de forma descriptiva del acto, la segunda sugiere algún efecto en el otro y la última la creación de la realidad en torno al acto. Por ejemplo, desde las plataformas de emparejamiento, los actos performativos -y la performatividad de género- se encuentran en la imagen fotográfica como una descripción, efecto y creación de realidad, un *selfie*, por ejemplo, representa y constata las acciones del sujeto en cualquier contexto. La presente investigación da cuenta de la performatividad de género y de los actos performativos en torno a las plataformas de emparejamiento digital, en primer lugar, porque he tenido la oportunidad de performar un género opuesto y adoptar la diversidad de identificaciones de mí misma, alimentada a partir de los demás, de los contextos en los que me encuentro con la intención de generar una identificación dentro de una comunidad. Los personajes creados son la estrategia de contención de espacios que han limitado mi propia experiencia ante el mundo y que de cierta forma moldean mi relación con él y la socialización con otras personas. Performar y crear las actitudes de mis diversos perfiles me han ayudado a hacer visible una construcción constante de las formas en las que el sujeto parece ubicarse, en donde su identidad no resulta estable, ni única, sino múltiple.

Ahora bien, en cuanto a los actos performativos, según J.L. Austin, considero que estos también están dados en gran medida en la creación de imagen, no sólo fotográfica sino desde el reconocimiento de un cúmulo de imágenes que dan cuenta de los actos que de forma colectiva los usuarios de las plataformas de emparejamiento realizan y que describen ciertos actos en su uso habitual, por ejemplo, durante



mi experiencia con uno de los personajes creados tuve la oportunidad de interactuar con usuarios que compartían en sus redes sociales contenidos que comunicaban ciertas actividades realizadas como la organización de transmisiones en vivo, disponibles en la mayoría de las funcionalidades de las redes sociales, en donde los actos performativos no sólo se enuncian, se realizan y se publican, sino están sujetos a la aprobación de los demás en un intento de identificación y reconocimiento del sujeto, constatando así las funciones de los actos performativos según J.L. Austin. Estos mismos actos performativos conducen a su vez nociones en torno a la construcción de la comunidad en donde los usuarios se perciben vistos, aceptados y reconocidos, generando así un consumo y exigencia colectiva de este tipo de contenidos.

2.3. CUERPO Y REPRESENTACIÓN: IMAGEN FOTOGRÁFICA

Abordar el concepto del cuerpo conduce a ciertos estadíos problemáticos, por sus grados de complejidad en campos de saberes diversos. Con la intención del hablar del cuerpo como un medio productor de imagen y, a su vez un espacio que busca su representación en otros medios, el argumento de Hans Belting en *Antropología de la imagen* (2010), ayuda a comprender el concepto del cuerpo.

El cuerpo, como indica Belting, es un organismo vivo; de eso no puede existir discusión alguna, sin embargo, cuando añade que el cuerpo “es un organismo vivo para las imágenes” (Belting, 2010: 71) conlleva a diferentes reflexiones. El cuerpo de los seres vivos a pesar de tener la condición de organismos vivos carece de ser un lugar de imágenes, que

a diferencia de los seres humanos sí pueden producir, en gran medida por la interacción con la cultura y el lenguaje, es justo esa la característica exclusiva del ser humano y su cuerpo. La composición física del cuerpo humano indica que está organizada como ya infiere Belting, por no nada más los órganos y sentidos que conforman el cuerpo como los que ayudan a reconocer las imágenes, sino que, en su constitución, resultan de una producción de imágenes y que se revelan en el recorrido por la vida.

El paso del ser humano por la cultura ha traído consigo una producción de imágenes que se ha vuelto personal y colectiva, en este sentido, es el cuerpo el que realiza el enlace con la cultura y la sociedad, así pues, Hans Belting (2010) indica que el cuerpo es el medio de las imágenes y que también el ser humano, sea quien transforme dichas imágenes. También apunta que el cuerpo y su representación han estado en una aparente crisis y que está dada por la transformación de la realidad que circunda en la continuidad, es por ello que muchas veces se hable de una aparente eliminación del cuerpo en donde sólo habita su representación. Y cómo hablar del cuerpo sin la representación de éste, en donde incluso aquellos que estudian al cuerpo como ente biológico, producen imágenes en representación de algo que forma parte del cuerpo, por ejemplo, en análisis clínicos.

Es curioso que el sujeto sea consciente de sí mismo y de su cuerpo a partir del reflejo de la imagen de su cuerpo y el ejemplo que suele ser claro es el Narciso que embobado por verse a sí mismo a través de un reflejo, su fin resultó fatal. Sin embargo, es el sujeto que se hace consciente del cuerpo que carga a través de los sentidos que le



acompañan, su singularidad está dada por cada una de las partes que conforman su cuerpo, las líneas de vida o experiencia, recuerdos o memorias que cada uno contiene. El cuerpo se encuentra dentro y fuera del sujeto. Pero es el exterior que es visible ante los demás, aquello que manifiesta nuestro lugar y relación con el mundo y la realidad.

Conviene recordar que la representación del cuerpo y la auto representación del sujeto siempre han encontrado en la plástica un medio para hacerse visibles y compartir dichas singularidades que se vuelven colectivas al momento de que quien las mira es capaz de reconocer (se). La representación es la sustitución por imagen de algo que está en lugar de alguien, siguiendo una lógica desde la teoría del signo de C.S Peirce, es decir, la imagen del cuerpo está en lugar del objeto cuerpo.

Ahora bien, la representación del cuerpo podría guardar una similitud o cualidades propias del cuerpo, por ejemplo, a veces la representación actual del cuerpo a través de la imagen fotográfica es icónica, debido a que posee una semejanza con lo que se captura, que en una intención mimética captura a quien se pose frente a una cámara fotográfica. Otro ejemplo de representación icónica es, como ya se mencionó, la pintura que, a lo largo de la historia del arte, se ha buscado hacer visible la representación del cuerpo. Recuerdo que durante mis estudios de bachillerato, el profesor que impartía la clase de artes plásticas, se afanaba por que los alumnos realizáramos representaciones pictóricas de la figura humana que se encontraba frente a uno; cuando al revisar el trabajo de cada estudiante, aquel dibujo que no guardara una similitud o se pareciera a la modelo frente a nosotros, estaba condenado a repetirlo hasta que este fuera idéntico, mi trabajo

que en su mayoría guardaba una relación “caricaturesca” en palabras del profesor, con el cuerpo, no servían de mucho para su clase porque el profesor no había superado la crisis de la verdad mimética. Y fue una inseguridad que me acompañó en mis años de licenciatura.

Es posible pensar que, desde Peirce con su concepción del ícono con relación al objeto, mi trabajo dibujístico estaba lejos de ser una representación hiperrealista del cuerpo, pero guardaba una semejanza con él, mis dibujos eran reconocibles ante los demás a pesar de las largas, desproporcionadas articulaciones o desordenados y sucias pinceladas. Y el problema no es el argumento del profesor sobre la mimesis del dibujo, sino más bien con la idea que él tenía de que dibujar de forma idéntica el cuerpo de la modelo, era ya el cuerpo real de esa persona, sin asumir que se trataba de una representación. Y es en la representación en donde el cuerpo se hace de cualidades que son transformables, sin dejar de lado el rastro de sí mismo.

Por lo anterior, otra vez, desde Philippe Dubois, la imagen fotográfica también tiene una categoría indexal, en donde la representación puede ser dada a partir de una relación existencial, Dubois menciona que,

“La foto como perteneciente al orden del *índex* (representación por contigüidad física del signo con su referente). Y esta concepción se distingue claramente de las dos precedentes, especialmente porque implica que la imagen indicial está dotada de un *valor absolutamente singular*, o *particular*, puesto que está determinada por su referente, y sólo por éste: huella de *una* realidad.” (Dubois, 1986:43)

En este sentido, el carácter indexal de los actos fotográficos del cuerpo del sujeto se encuentran más bien como lo que ya se ha abordado con anterioridad, como un lo que ya ha sido, la imagen fotográfica le sirve al sujeto y a la representación de sí mismo como un signo que busca dar un indicio de su existencia y lo que realiza en el momento de la captura. En el caso en la auto-representación del sujeto en espacios catalogados como turísticos, la relación de la acción depende de una intención de demostrar que se hace un registro de un «he estado aquí», de un «he dejado» evidencia de lo que uno es en la torre Eiffel, por mencionar un ejemplo.

Finalmente, la representación del cuerpo en la imagen fotográfica tiene también un carácter simbólico. Aquí recae un poder de reconocimiento, dado a partir de la relación la categoría de semejanza con la conexión de existencia, dando como resultado imágenes que, por acuerdo, convención o ley, los sujetos reconocen. Siguiendo el ejemplo de las *selfies* como el modo de auto representación del sujeto en la imagen fotográfica, es posible señalar que, dadas ciertas características de una *selfie* sean reconocibles desde una convención dada por la repetición y masiva producción de las mismas. Es decir, es posible diferenciar las *selfies* de otro tipo de imágenes fotográficas dada una interacción recurrente con ellas y porque como característica primordial se encuentra el sujeto en ellas, sin embargo, se sabe cuándo una imagen no es *selfie* porque incluso el acto para hacerlo no habla de ello, dicho acto se hace a partir de que el sujeto tome el dispositivo de captura fotográfica frente a él y realice gestos, el dispositivo funcionará como

un espejo de sí mismo. Diferente al hecho de ocupar un trípode y una cámara fotográfica en la que se le indica al temporizador el momento de capturar el encuadre.

Ahora bien, se han vertido elementos en este capítulo y conviene hacer sentido al fenómeno que se estudia. El uso de plataformas de interacción y emparejamiento digital suponen una potencia visible de cómo el sujeto se ha apropiado de modos y estrategias de representación de sí mismo con la intención de hacerse parte de un lugar no conocido, siguiendo reglas o códigos dictados por la misma plataforma.

En principio, las plataformas de emparejamiento son un espacio que ha obligado al sujeto a inconscientemente plantear la construcción constante de sí mismo, a pesar de todavía estar atravesado por una idea de originalidad de identidad, cuestión que es percibida a través de la interacción con los usuarios con los que se ha coincidido y que comentan que, para ellos, es muy importante que la persona que se encuentra en la plataforma resulte igual a la que se presenta en un espacio físico. Ello también habla de que se le ha dado una carga de verdad a la imagen fotográfica y lo que no esté apegado a esa representación es mentira. “Todos mienten” ya lo ha repetido millones de veces el Dr. House, y la imagen fotográfica ha sido un medio que ha convulsionado en ello desde su invención, pero hoy en día, la fotografía se ha hecho de una crisis por representar la verosimilitud y certeza del sujeto quien captura su propia imagen. Hoy dada la posibilidad de reflejar la imagen antes de compartirla Joan Fontcuberta reflexiona,

“Del espejo decimos que nos “devuelve” la imagen, como si la imagen

ya fuera nuestra, como si entre la imagen y el rostro existieran unos lazos de correspondencia infinitesimal, o como si el reflejo hubiera duplicado físicamente al objeto. En el fondo, es la misma sensación que esperamos de la imagen fotográfica o, por lo menos, la que suponemos que en su origen debió de infundir”. (Fontcuberta, 1997:38)

El problema de la anécdota de mi profesor harlo por una pintura que no correspondía en semejanza al modelo, sino el mal general de usuarios de plataformas de emparejamiento que les cuesta trabajo separar la verdad de una imagen fotográfica como evidencia de la persona que se encuentra representado en ella. Y considerar que la imagen fotográfica contiene el objeto de captura también resulta una idea que ha permeado a muchos, por ejemplo, en la canción ‘Photograph’ del cantautor británico Ed Sheeran, alude a ello “*We keep this love in a photograph/We made these memories for ourselves [...] times forever frozen, still* [Guardamos este amor en una fotografía / Hicimos estos recuerdos para nosotros mismos [...] Los momentos quedan quietos, congelados para siempre], este fragmento de la canción alude a una creencia de que el amor puede capturarse en una imagen fotográfica, pero, es más bien la representación de este que sirve para mantener la relación amorosa como objeto que funcionará como un recuerdo para ellos.

Y el problema no es la férrea producción de imágenes que enmarcan un interés del sujeto por sí mismo, sino la constante negación de que las redes sociales han propiciado hoy más que nunca la producción de un tipo de imagen de la que siempre se ha hecho imagen y el comportamiento de los usuarios en torno a ellas. Las normas sociales

se han transformado desde la intención de comprender cómo ven y cómo se asume al otro dentro de un contexto digital. Porque si bien, integrarse a cualquier plataforma de interacción digital, página web o simplemente internet ha dado una sensación de insertarse en una ficción en donde el color verde neón y un fondo negro resulta tan interesante como sórdido y se alude constantemente a viajes dentro y fuera de ese ciberespacio, que como resultado ha hecho que se olvide lo que “verdaderamente importa”. Integrar esa vida digital a una realidad que no es inmanente de una vida “analógica”.

Es así como también se reflexione en que la construcción del sujeto no está separada de las narrativas al interior de la red. Me parece que constituye una de las múltiples formas de asumirse parte de una sociedad, de pertenecer a un grupo. Menciona Alfredo Eidelsztein (2019), psicoanalista argentino, que la construcción del sujeto desde la topología de Jacques Lacan refiere a que una persona es un sujeto que a su vez y dadas sus particularidades y cualidades como ser humano. Por ejemplo, desde una particularidad política y legal se es ciudadano, es decir, los documentos de identidad dan por ley un registro de existencia. También desde una perspectiva y cualidades biológicas, se contienen particularidades únicas como la información genética de cada persona. Finalmente, una persona es también alguien definido en tiempo y espacio, es una condición histórica. Para Eidelsztein, lo anterior conforma a un sujeto, como condición universal un sujeto atravesado por corte en diagonal, lo que representa al sujeto como un ente en función de la realidad que le rodea y las interacciones con el Otro.

Bajo la lógica de Eidelsztein, el sujeto es manifestación del in-

consciente, la representación de su realidad y el consenso que hace con la sociedad que le rodea. Si bien se puede hablar de un sujeto general desde las universalidades que parecen ser compartidas y colectivas, el sujeto sí conforma particularidades propias, pero se contienen dentro de una relación continua, que se transforma y adapta.

Finalmente, este capítulo que busca generar una relación entre la construcción contemporánea del sujeto con el uso de plataformas de emparejamiento digital; concede que la imagen fotográfica no es más que una de las estrategias para hacer visible su construcción y su interacción con el mundo, formando parte de su constitución física y psíquica. La fotografía y las redes sociales son pretextos para documentar o compartir esa construcción y la experiencia con la realidad misma.

La práctica de la fotografía y la imagen fotográfica han ayudado a comprender cómo se construye la realidad social; hoy difícilmente se podría prescindir de la imagen fotográfica y menos en un contexto en donde prácticamente su eliminación es nula, en archivos digitales con gran capacidad de almacenamiento y plataformas que se apropian de ellas. Nathan Jurgenson (2016), teórico de redes sociales considera que el papel de la imagen fotográfica en la actualidad como una evolución de la práctica y el resultado de ella, funcionan como un desarrollo de la expresión de los sujetos, memoria y sociabilidad; pensar a las imágenes fotográficas como simples capturas de dispositivos móviles sería considerarla de forma muy banal, su complejidad estriba en que es una práctica cultural.



TRANSFORMACIÓN DE LA INTERACCIÓN

3

3.1. ERLEBNIS Y ERFHARUNG. TRANSFORMACIÓN Y EXPERIENCIA.

Este tercer capítulo recae en la última dimensión de la triada de semiosis según Ch. S. Peirce, el interpretante. El interpretante refiere a los efectos que la relación entre el interpretante y el objeto dan como resultado. En este caso, se abordará la experiencia del sujeto para establecer relaciones sociales en torno a las aplicaciones de emparejamiento digital. Se busca indagar en cómo ha afectado un contexto digital, dominado por los dispositivos móviles y la inmediatez a las relaciones sociales y reflexionar acerca de un juicio que asimila la destrucción de una experiencia.

Enmudecidos e incapaces. Así era como Walter Benjamin calificaba la pérdida de interés por el transcurrir de la realidad, por lo que las experiencias eran narradas en el silencio. Benjamin, presentía una incapacidad del hombre moderno de transmitir la experiencia dado el síntoma de la tragedia de la primera guerra mundial, la incertidumbre y el desinterés, que lo llevaría a considerar en un empobrecimiento de la experiencia.

En *El narrador* (1936) Benjamin aborda que la narración de la experiencia implica también un nivel de probidad, por lo que cada vez menos personas son capaces de comprobar que esa experiencia ha sucedido y cada vez menos con ganas de articular una palabra sobre ello ante los demás. Por lo anterior, el autor nota una problemática ante ese incipiente desinterés e indiferencia por compartir la experiencia, los narradores de historias, fábulas, cuentos o simples consejos de vida no transmitían los saberes a la generación que se aproximaba.

Benjamin menciona que es “un efecto secundario de fuerzas productivas históricas seculares, que paulatinamente desplazaron a la narración del ámbito del habla, y que a la vez hacen sentir una nueva belleza en lo que se desvanece” (Benjamin,1936)

Enmudecerse o empobrecerse de experiencia implica para Giorgio Agamben (2010), la destrucción de toda experiencia, quien retoma la propuesta de Benjamin para plantear que la experiencia sucede al exterior del hombre, que sólo espera a contemplarla, pero no la vive. Agamben afirma que “la aplastante mayoría de la humanidad se niega a adquirir una experiencia: prefiere que la experiencia sea capturada por la máquina de fotos. Naturalmente, no se trata de deplorar esa realidad, sino de tenerla en cuenta” (Agamben, 2010:10). En este sentido, el autor propone la problemática de la ciencia moderna de nombrar experiencias que suceden de formas súbitas como “casos” y aquellas experiencias posibles y de verificación serían nombradas como “experimentos” (Agamben, 2010:13). Es la falta de certeza en la experiencia que no sirve para la ciencia, por ejemplo, considerar el trabajo creativo lejos de un proceso científico porque no es un experimento que comprueba algo, como en disciplinas donde es necesario tener la estabilización de un resultado, donde no se permitiría la incertidumbre.

Agamben nota una indiferencia de diversas concepciones de conocimiento y la ciencia que le restan importancia o anulan elementos como la fantasía, la imaginación, la necesidad del sujeto por crear experiencias y establecer su relación con el mundo. Adquirir experiencia en algo parece ser un proceso que repetitivamente que ha resultado correcto y comprobable, como realizar llevar a cabo con éxito una rece-

ta para un pastel, en donde si fallar con el peso de algún ingrediente, podría dar como resultado la falta o exceso de humedad, por ejemplo. Así una práctica constante auguraría un buen resultado.

Ambos autores le han dado a la experiencia una condición que se puede comprobar, que es verificable ante lo que se narra o ve. Uno de los factores que puedo notar en ambos, aunque Benjamin es más enfático, es el problema de la información y los medios con los que se comunica.

Para Benjamin, el problema de la información radica en las múltiples explicaciones de un solo suceso surgidas de forma instantánea, que relega a la narración como un acto que se transforma cuando el tiempo ha sucedido. Para Agamben, el hombre no contiene experiencias que interpretar porque suceden de forma externa, el medio con el que se transmite ya no es el hombre, pues ha optado por hacer que algo o alguien más las viva y por tanto las compruebe. Los medios como el cine, la televisión, el internet interpretan informaciones para el sujeto, en este sentido, un ejemplo que puedo mencionar es mi recién adquirido trabajo como docente en línea, en el que uno de los estudiantes mencionaba que la escuela no resulta tan necesaria pues la información existe en internet fácilmente desplaza los contenidos educativos en la escuela, que los *YouTubers* y sus tutoriales parecen explicar mejor que los profesores en una institución académica e incluso hacía el comentario “hay un *Tik Tok* sobre eso”, cuestionando así la necesidad de asistir a la escuela. Y de alguna forma, el planteamiento de mi estudiante no es erróneo, la información hoy en día está inter-



pretada de formas ajenas del sujeto, por lo que se evita ese trabajo de comprobación del conocimiento.

En este sentido, en *Infancia e historia* (2010), Agamben retoma esta problemática para identificar a otros autores que notan que el discurso de la experiencia se encuentra rebasado por la destrucción de sí misma. En donde la adquisición de un conocimiento se encuentra separado de la experiencia, por ello, el problema de la línea que la divide de la ciencia y del sujeto, por ello el autor indica que

“Sujeto de la experiencia era el *sentido común*, presente en cada individuo, mientras que sujeto de la ciencia es el *noûs* o el intelecto agente, que está separado de la experiencia, “imposible” y “divino” (mejor dicho, para ser más precisos, el conocimiento ni siquiera tenía un sujeto en el sentido moderno de un ego, sino que más bien el individuo singular era el *sub-jectum* donde el intelecto agente, único y separado, efectuaba el conocimiento). (Agamben, 2010:16)

La discusión de una separación de la ciencia y la experiencia como fenómenos separados para el conocimiento, ha sido desde la modernidad y de herencia cartesiana, un fundamento que a diversos autores les ha quitado el sueño, y Agamben lo reconoce.

Ahora bien, dos conceptos que llaman la atención en el recorrido de su texto, el primero, es el *erlebnis* y el segundo el *erfahrung*, conceptos que acuñan Dilthey y Bergson. El *erlebnis* es una experiencia pura, que puede ser pensada desde la inmediatez bergsoniana, lo que significa una experiencia directa de una acción, en donde no cabe una

reflexión, quizá esta pueda ser entendida como un impulso, experiencia adquirida a partir de acciones hechas sin el detenimiento de la reacción, por ejemplo, saber que una manzana sabe a manzana porque no tiene el sabor de otra fruta. Agamben detecta un concepto tambaleante en el sentido de que este tipo de experiencia una continuidad en sí misma y que se avoca más bien en una experiencia que tiende a un análisis cualitativo de ella, por lo que lo que la muele es que le hace falta es el *erfahrung*, concepto que vendría a proponer una experiencia interior del sujeto, una intuición, según Bergson y en este sentido, siguiendo el ejemplo de la manzana, el *erfahrung* se encontraría en la intención de describir el sabor de una manzana, pero que al intentar estabilizarlo se cae en cuenta de que la experiencia del sabor es diferente para cada persona.

Ambos conceptos sirven para comprender que la experiencia no puede estar desligada del conocimiento. Sin embargo, es necesario reconocer que, existe un juicio que está atribuido a la experiencia como un proceso de conocimientos o pasos para realizar algo correctamente, y el éxito de eso resulta en una adecuada técnica para la solución de un problema específico, en tal caso, habría una forma correcta de relacionarse o interactuar con otros.

En este sentido, para esta investigación, la experiencia se vuelve un fenómeno de interés, que vienen de responder a juicios a los que se les atribuye una falta de experiencia al relacionarse con otros con la intención de establecer una relación afectiva, en donde cabría preguntarse si de ser así, existe una única y correcta forma de hacerlo. De ahí que el *erlebnis* y el *erfahrung* sirvan para el primero como como

una relación inmediata e intransferible y el segundo como una relación de intuición e introspección con el mundo. En este sentido, se podría pensar que el *erlebnis* de las relaciones afectivas resulta de una primera comunicación con otros, ensayo, prueba y error. En el *erfahrung* se encuentra el resultado de ese primer acercamiento a través de la comunicación, un resultado que es diferente en cada sujeto.

Ahora bien, desde la concepción de la experiencia y el conocimiento del mundo, *erlebnis* y *erfahrung* parecen servir para comprender que no hay formas adecuadas de realizar algo, sin embargo, bajo estos dos conceptos, se puede notar que la construcción de la experiencia puede estar mediada en esta relación dicotómica, sin embargo, el tercer elemento que propongo tiene que ver con algo que quizá apenas alcanza a rozar el *erfahrung*, sin embargo, hace falta enunciarlo, y en este sentido, me gustaría nombrarlo como el *feeling*, que propone Ch. S. Peirce.

Peirce, consideraría al *erlebnis* y al *erfahrung* como conceptos nominalistas, es decir, una forma limitada, dualista: sujeto-objeto de comprender el mundo. Menciona Darin McNabb, estudioso del trabajo de Peirce, que contestatario de esta forma de percibir el mundo no puede negar la continuidad de la experiencia y los signos que le rodean. La experiencia es un signo que, en este apartado, busco desarrollar y dar cuenta de que la destrucción de la experiencia de relación a partir de una interacción digital no anula otras experiencias, y que bajo la lógica de Peirce esto resulta como un proceso metodeútico, que busca significar a la experiencia que no está fuera del sujeto, del objeto, y ahora, de su comunidad, a partir del *feeling* o sentimiento.

Un proceso metodeútico según McNabb, es un proceso en donde se incluye un factor social a un proceso de pensamiento, en donde es necesario un proceso de identificación en una comunidad, que, en gran medida ayuda a comprender que aquello que diferencia y al mismo tiempo condensa, es el:

“Sentimiento [*feeling*]. El individuo se identifica con la comunidad no en todos los sentidos sino con respecto al interés o intereses que todos pueden tener en común. Al forjarse esa identidad de manera afectiva, el individuo no habla de lo «mío» sino de lo «nuestro». (McNabb, 2007:141)

Lo que parece mediar a los dos tipos de experiencia, es el *feeling* de un acto que construye una forma de generar un lazo social con los demás y de pertenecer a ese grupo que con características tan diferentes como similares, permiten abrirse paso a una subjetividad.

A propósito de las diversas formas de realizar algo, el autor Michel de Certeau (1996), menciona que ello se moldea a partir de una multiplicidad de conocimientos y comportamientos en torno a una práctica. Las prácticas comunes, repetidas, casi obligadas de una actividad se tornan ordinarias, generalizan un acto, por lo que las nuevas formas de hacer ponen en crisis lo conocido, porque irremediablemente lleva a intentar comprender su sentido a través de códigos que no se encuentran dentro del propio conocimiento.

Es precisamente la desestabilización de un código lo que suele provocar ciertas reacciones adversas de lo cotidiano. Siguiendo la letra del autor mencionado, la práctica de una relación social sufre

continuamente la integración de nuevos códigos que se apropian de anteriores y conforman nuevos, por lo que no son siempre estables o siempre lo mismo. En tal sentido, la práctica de las relaciones en Internet implica la lectura de signos específicos que en suma constituyen signos a los cuales no siempre se comprenden, de ahí que a personas mayores les cueste trabajo validar este tipo de relaciones que no se encuentran apegadas a una práctica que parece tradicional. Internet es un espacio que promueve la inestabilidad de ciertas prácticas, no nada más sociales.

Ahora bien, con relación a la experiencia como una práctica repetitiva en donde se concede en algún momento un grado de destreza al realizar una actividad, dotando de un cierto grado de pericia a quien lo realiza, Michel de Certeau considera que el experto como figura de la experiencia o especialista de una actividad, que utiliza el poder como un medio que “*se inscribe y queda inscrito en un orden común donde la especialización tiene valor de iniciación en tanto que regla y práctica jerarquizadora*” (Certeau, 1996). Aquello que escapa del poder, es la experiencia del amor.

Tener en cuenta a la experiencia como un acto de adquisición de conocimiento de una única forma; juicio al que intento contestar, me ayuda a enfrentar una problemática que permea el contexto cultural en el que me encuentro. Dadas ciertas prácticas que se han visto afectadas por una necesidad de eficiencia de modo acelerado, se puede percibir que las relaciones afectivas se apegan al síntoma del tiempo que se vive. Y de cierta forma es obvio: *Tinder*, *Bumble*, otras plataformas de emparejamiento digital, redes sociales e Internet como se

conoce ahora han reflejado un estilo de vida en el que el tiempo para la introspección es optativa. Gestos realizados con los dedos sobre la pantalla del dispositivo móvil son el acto visible de ello como *scrollar* hasta encontrar algo de interés y darle dos toques sobre la pantalla para indicar un *like* e inmediatamente volver al *scroll*; el *swipe logic* que apela a una decisión rápida: sí, si desliza a la derecha o no, si desliza a la izquierda, sin completamente leer las descripciones de los perfiles que se presentan en la pantalla.

Lo anterior se reduce más bien a una intención conservadora de mantener la presencia del otro, la fetichización del abrazo, la cercanía y el control del otro. De mantener la fantasía que moldea los dramas de televisión y cine que moldean el ideal de una relación afectiva perfecta que supera cualquier vicisitud y por supuesto de un acto sexual realizado no por placer sino como la continuación de la especie, que en este momento se siente afectada por la distancia, por la idea de virtualidad como presencia-ausencia del sujeto o del objeto (no como modo de ser), por la rapidez de la vida misma.

El uso de plataformas de emparejamiento digital también ha potenciado que las relaciones gestadas en la red tengan una temporalidad volátil, en el sentido, de que parece que pocas veces impactan de forma afectiva o como se suele esperar de una relación de pareja o de amistad. Percibí ello a partir de la creación de los perfiles alternos en donde rara vez, cuando la acción del *match* me permitía interactuar de mejor forma con el otro perfil, recibía mensajes en los que se enunciaba una toma de decisión rápida ante un plan sexual. Acciones que interceden en un conocimiento del otro, en la que lo afectivo casi no



tiene cabida, ser directo y sin perder tiempo a la relación que verdaderamente interesa.

Al contrario de esto, otra acción que es posible percibir es que inmediato al generar el *match*, se me solicitaba revelar más información de la que se publicó en mi perfil, es decir, compartir con el otro usuario el nombre de usuario de otras redes sociales (*Instagram, Facebook, Twitter* o *Snapchat*) que permitieran, por un lado, establecer mejor contacto a través de sus servicios de mensajería instantánea y por otro, tener más información sobre con quién se interactúa. El perfil alternativo que cree no sólo implicó la inscripción a *Tinder* y *Bumble*, sino a todas las cercanas como las mencionadas anteriormente, que hablaran de una intención genuina de interacción y no la falsificación de identidad. Esto también tiene que ver con una toma de precaución ante problemáticas sociales como la violencia y el acoso que han traspasado planos físicos, trasladándose a modalidades digitales.

Hace unos días, en el *scroll* habitual de la tarde, me llamaba la atención la captura de pantalla de una conversación en la que se leía en el primer mensaje “He comenzado a ver a alguien”, su interlocutor le pregunta “¿cómo una cita o algo paranormal?”. Esta situación habla de la forma en la que la fantasía y el fantasma del sujeto suceden en una relación afectiva en tiempos actuales.

La fantasía está asociada a la creación de una ilusión, que rara vez se convierte en verdad: la imaginación o los sueños podrían hablar de la fantasía. El fantasma se encuentra, por otro lado, asociado a un ente que no es material, un espectro que aparece y desaparece. Según la autora, Mabel Fuentes, “Lacan usa el término *fantasme* tanto para

referirse a la palabra castellana “fantasía” en su uso coloquial, como para designar el concepto freudiano de fantasía, así como también para nombrar la noción nueva que introduce, como “fantasma fundamental” (Fuentes, 1985) ambos fenómenos, la fantasía y el fantasma, están relacionados en la construcción del Otro y que resultan para el sujeto la forma en la que el sujeto construye sus impresiones sobre los demás.

Hoy, las fantasías tienen un imaginario, que también se ajusta a la dinámica de producción de imágenes, la imagen fotográfica como un fenómeno contemporáneo de creación de fantasías, de idealizaciones sobre el sujeto, una creación incitada por sí mismo y a la vez por aquellos que la consumen. Y la imagen de la fantasía del amor romántico está precisamente dada en la creación masiva de *apps* de emparejamiento digital, que buscan algún tipo de relación en pareja, que hace eco de una tradición de búsqueda de afecto. Cabe ahí, preguntarse las razones por las cuáles estas “nuevas” formas de relacionarse escuecen tanto a generaciones anteriores, reciben malos comentarios o las consideran inválidas en su formulación. Menciona Gustavo Dessal, psicoanalista que ha analizado el fenómeno de la tecnología como síntoma de la sociedad, a propósito de las formas actuales de establecer relaciones contra las tradicionales que:

“no existen estudios fiables sobre los resultados. A ciencia cierta, desconocemos qué porcentaje de contactos y citas devienen relaciones reales y continuadas. Esto no significa nada, desde luego, porque tampoco tenemos datos sobre las relaciones generadas a partir de modos tradicionales”. (Dessal, 2019:36)



Bajo esta lógica, lo tradicional se encuentra asociado a una formulación conservadora de una relación en la que el éxito de ella se alcanza cuando una pareja se ajusta a un estereotipo del ciclo de vida del ser humano: nacer, crecer, reproducirse, morir.

Me gusta poner en contexto una frase que menciona Darin McNabb a propósito del funcionamiento de los signos “brotan de signos anteriores y se desarrollan en signos posteriores, es decir son continuos” (McNabb, 2007:142). La forma en la que el sujeto se relaciona con otros es el signo que se ha transformado y la experiencia como signo sí ha sufrido una transformación, pero esta se adapta a los signos que suceden de forma alterna. Por lo que tampoco existen formas adecuadas, correctas y únicas de establecer una relación afectiva. Hay que recordar que hace medio siglo, muchas personas a través de cartas, postales o publicaciones en el periódico contaban con la posibilidad de comunicarse con otros.

El efecto que se propicia en el espectador y usuario de las plataformas de emparejamiento es fantasmático en el sentido de que la construcción y representación del sujeto es el perfil, que usa en este tipo de redes sociales, que conforma una ilusión. Algo parecido al proceso de reconocimiento en el estadio del espejo. Ese reconocimiento en el reflejo es la imagen idealizada del sujeto que se mira frente al espejo, según Jacques Lacan.

Ricardo Rodulfo en sus *Ensayos del amor en tiempos digitales* presenta varias propuestas en torno a las formas de relación que suceden en un contexto actual y qué problemáticas enfrentan. El problema más grande es un supuesto dominio sobre el otro en relaciones mo-

nógamas y que no diferencian preferencias, atracciones y orientación sexual del sujeto, en este sentido, es sencillo reconocer que muchas de las prácticas realizadas en redes sociales incluso apelan a una necesidad de dominación sobre el otro.

Por ejemplo, el acto de intromisión a la intimidad entre parejas, cuando al aprovechar un descuido se busca revisar entre sus mensajes, *likes* y personas contactadas recientemente con el fin de encontrar algún indicio de infidelidad, pues la idea del amor romántico aún en generaciones actuales ha forjado inseguridades y ansiedades sobre el poder de un sujeto sobre otro. O la activación de modos de confirmación de lectura de mensajes o última conexión en plataformas de mensajería instantánea.

La fantasía del amor romántico todavía es la aspiración de muchos y por ello, la mayoría de las plataformas de emparejamiento se crean a partir de una coincidencia entre dos elementos similares y limitada a relaciones heteronormadas. De ahí que *Bumble* a pesar de que su creación abogue por un sentido abierto y feminista, se percibe a medias y políticamente correcto, debido a que se continúa apegando a una dominación sobre el otro, en este caso del género femenino sobre el masculino, pues como se había mencionado anteriormente, es el género femenino quien debe hacer el primer contacto en 24 horas, si se decide no iniciar la conversación después de hacer match, se pierde la oportunidad de contactar con el otro. Esto se construye sobre ese la costumbre de que es el género masculino quien normalmente inicia el cortejo y manifiesta el interés de una interacción; el intento de darle la vuelta a esta cuestión no es nada más que la transmisión del poder a

otro género no aporta nada más, pues es la idea de dominación la que queda estática.

Ahora bien, muchos de los requisitos para abrirse una cuenta en *Bumble* en la modalidad de citas entre pares, es proporcionar más información que etiqueta a sus usuarios y sesga su experiencia en la *app*, por ejemplo, indicar cuál es el grado máximo de estudios, ingresos económicos, apariencia física, consumo de sustancias, religión, preferencias políticas e incluso si se desea o no tener hijos, generan burbujas de usuarios que buscan personas con una identificación similar, sin embargo, no siempre resultan en coincidencias. Además, su intento de integrar a la comunidad LGBTQ+ resulta fallido porque no asumen la diversidad de géneros que los mismos jóvenes exigen actualmente. Sin mencionar que agrega elementos que Rodolfo menciona, alimentan la ansiedad e inseguridad de los usuarios por la dominación del otro.

Tinder en su formulación tiene a diferencia, menos limitaciones, sin embargo, también fomentan la idea de poder y de amor romántico. Sin embargo, el uso que sus usuarios le han dado a la *app* como una especie de plataforma usado en su mayoría para establecer relaciones casuales y sin compromiso, le han agregado una pizca de subversión a ese poder. El hecho de coleccionar *matches* habla de una variedad de opciones para establecer una relación no siempre afectiva, amorosa o de amistad, pero abre la posibilidad de la pluralidad de las relaciones.

Si bien las relaciones generadas a distancia o algún medio que intervenga en una comunicación entre pares ya eran desde hace mucho, algo usual no contenían el factor de la inmediatez.

La correspondencia enviada entre enamorados estaba sujeta a

un tiempo de llegada y la fragilidad del papel o la tinta. La ansiedad de una respuesta se prolongaba hasta tener en las manos un sobre. El texto hasta hace un tiempo era la forma de producción de imágenes mentales, antes de la oportunidad de contar con las posibilidades de la publicación de imágenes fotográficas en anuncios de periódicos o de su revelado en papel fotográfico que además de agregarle el rostro a la correspondencia le agregaba a la experiencia de la correspondencia un grado de enamoramiento del objeto tangible, las cartas y las imágenes fotográficas intercambiadas entre los sujetos y el apego se encontraba más en los signos icónicos: el rasguño del bolígrafo sobre el papel, los sobres arrugados, las manchas de los dedos, etcétera, contenían el rasgo y el recuerdo de quien las escribía, en este sentido, ahí también estriba una fantasía sobre el sujeto hasta el regreso.

Por lo anterior, al fantasma al que más se le teme, no es a aquel ente inexplicable que se aparece en mitad de la noche, sino a la presencia digital que desaparece súbitamente. El *ghosting* es una práctica que ha surgido en las actuales formas de comunicación que alude a la desaparición por completo del usuario con el que se contacta, sin dejar información alguna que permita su rastreo e imposibilitando toda forma de contacto y que es usual en plataformas de emparejamiento digital. Por ejemplo, cuando al hacer *match*, uno de mis perfiles alternos pudo establecer una comunicación a través de mensajes dentro de la misma plataforma, hubo un día en el que, al abrir la aplicación con la intención de conversar con el otro usuario, este simplemente deshizo el *match* y borró toda posibilidad de volver a contactar con él, bloqueando cualquier forma de contacto a través de otras redes socia-

les como *Facebook* o *Instagram*. El *ghosting* es la práctica habitual del rechazo en tiempos digitales.

Por otro lado, parece que la relación más erótica e implicada con el cuerpo desde el uso de dispositivos móviles, es con el dedo sobre las pantallas. Esmeralda Kosmatopoulos, artista visual, indaga en esta relación íntima con los dispositivos móviles a través de una pieza que consta de una serie de videos que titula *CLiMAX* (fig.3), en donde el acto que se visualiza es el movimiento de los dedos, movimientos que remiten a dos cosas, la primera a aquel movimiento o gesto realizado al tomar el dispositivo móvil, deslizando los dedos sobre la pantalla y el segundo a aquel movimiento que tiene que ver con la estimulación genital a partir del uso de los dedos.

Sin embargo, cada vez la intimidad con el dispositivo cada vez toma forma humana, incluso tiene voz. Por ejemplo, la incorporación de asistentes digitales como *Siri* del sistema operativo *iOs* de *Apple*, *Alexa* de la compañía *Amazon* o *Cortana* del sistema operativo de *Microsoft*, que se encuentran a disposición del usuario y que desde la relación amorosa que crea Spike Jonze en *Her* (2013) entre un humano y su asistente digital han presentado la posibilidad de que el dispositivo tenga más cercanía con uno.

El panorama radical de la «destrucción, sustitución, compatibilización» de la experiencia de establecer relaciones se encuentra permeada por el síntoma de la nostalgia de un pasado al que ya no se puede volver y del miedo al futuro que parece augurar la destrucción, el apocalipsis de las relaciones, la robotización del amor, la dominación total de la tecnología sobre los humanos y la vigilancia absoluta



Fig. 3. *CLiMAX* [still] de Esmeralda Kosmatopoulos Set de 4 videos. Que muestran el movimiento de los dedos aludiendo al scroll, swipe o type sobre la pantalla del dispositivo móvil.



de cualquier acto. Pero es necesario que reconocer la falsa libertad privilegiada por la «alternativa, potencia, adaptación» de la experiencia de la actual forma de relación con otros también responde al síntoma de la satisfacción fallida que no sólo ha orillado al refugio de las apps de emparejamiento, las redes sociales, el servicio de contenidos visuales en *streaming*, sino a una creciente necesidad de prescindir de la presencia del otro y por la idea de que la inteligencia se encuentra solo en los dispositivos conectados a internet, esa inteligencia que cada vez toma más la forma del cuerpo humano y que habla a través de bocinas igual de inteligentes que el dispositivo que las controla, esa inteligencia es la promesa de la satisfacción del sujeto, capitalismo de la afectividad. De este modo, no es que esta generación esté a favor de una destrucción de la experiencia única del amor, sino que se ha adaptado a una realidad que dudosamente sucede inteligente.

3.2. JUGADAS DEL CAPITALISMO AFECTIVO: LA IMAGEN CONTEMPORÁNEA

Durante la elaboración de la presente investigación, el mundo se veía afectado por un nuevo virus que orilló a miles de personas a ajustarse a una dinámica muy limitada en donde parecía que el salvavidas de todo sector sería una conexión a internet, computadoras, los dispositivos móviles, mantener distancia física y quedarse en casa. La situación se tornó de cierto modo insoportable cuando incluso después de varios meses la necesidad de salir e interactuar con otros sólo podía realizarse a cierta distancia.

Es la distancia la que parece reducirse con el uso de redes so-

ciales, plataformas de emparejamiento y otros dispositivos tecnológicos. Y no es para menos, durante la primera ola de la pandemia por COVID-19 fueron utilizados como una forma de reducir la ansiedad por distanciamiento social, por lo que no sólo las plataformas de emparejamiento sino todo aquello que pudiera jugar con las afectividades de una sociedad encontrar un nicho de oportunidades ante lo anterior.

Juan Martín Prada, investigador sobre diversos fenómenos desarrollados en la *web*, concibe que existe cierta agitación por definir la afectividad. La afectividad según el autor refiere a los procesos de interacción entre sujetos, un vínculo de experiencia con el mundo, usuarios semejantes o cosas que pueden agradar a través de diversas emociones que afectan. La afección no como un padecimiento sino la afición o apego a algo o alguien con lo que el sujeto se identifica. La interactividad que parece dar el uso de ciertos dispositivos y la *web* dada la necesidad del sujeto por ese enlace con los demás y hacerse ver entre ellos, por lo que “la afectividad es el motor de arranque en la generación de toda socialidad, al actuar como punto de enlace primordial entre el afuera y el adentro, entre la individualidad y la colectividad.” (Prada, 2011). Es precisamente la cuestión de actuar entre la individualidad y la colectividad la que orilla a los usuarios a hacerse miembros activos de plataformas digitales y hacerse de dispositivos que calculan la distancia, la multiplican por la necesidad y el resultado es una sensación de cercanía.

La experiencia del emparejamiento en línea se encuentra ligado a una oferta por la visibilidad de actos que se consideran importantes para la creación de una relación afectiva entre pares, como ya se men-



cionó con anterioridad, la función de la doble lectura de mensajes que se encuentra en casi todo tipo de red social o *app* de mensajería instantánea bajo el ícono de un ojo o *checkmark* (✓) que, por si fuera poco, el último se repite, como si el insulto del rechazo indicado una sola vez no fuera suficiente. Y la desaparición en actos que Paul Virilio (2003) constataría como estéticos a través del *ghosting* o el *detox* digital.

Señala el Prada que las corporaciones de telecomunicación ejercen el poder bajo la necesidad del usuario de “la cada vez más lucrativa regulación de sus formas de vida y de sus dinámicas vitales e interacciones personales y afectivas, de sus hábitos y formas de relacionarse, de su estar-con-otros”. (Prada, 2011) Pero no sólo las grandes corporaciones sino todo un mercado, el capitalismo afectivo, que se ha permitido ofrecer productos bajo la consigna de la cercanía a pesar de la distancia, ejemplo de ello son los diversos productos enfocados a generar experiencias sexuales con control a distancia a través de algún dispositivo móvil o el incremento de acceso a plataformas como *OnlyFans* y sitios *web* que venden experiencias de acompañamiento social. Esto, según el autor, moldea realidades

En este sentido, la afectividad y el amor como materia prima de la producción de imágenes en la contemporaneidad aluden ya a la dinámica actual de la interacción digital entre usuarios. Un ejemplo visual que reúne la situación por la pandemia, el distanciamiento social y los dispositivos móviles como fenómenos que incidieron en la afectividad y el capitalismo, es el trabajo del fotógrafo Karman Verdi, quien realizó un proyecto fotográfico titulado “*Ghost*” a través de *Instagram* que constaba de proyecciones en tiempo real de las personas con las

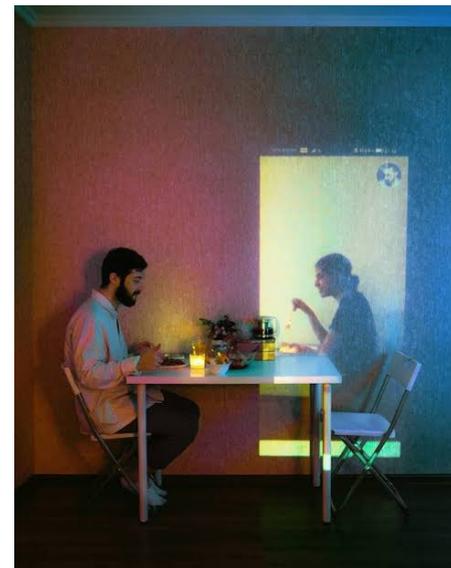


Fig. 4. Proyecto *Ghost* del fotógrafo Karman Verdi, compartido en su cuenta de Instagram (@karmanverdi)

que interactúan de forma física, y que bajo una videollamada podía llenar espacios y actividades cotidianas en casa, aquella que suele llamar la atención es la captura de la imagen fotográfica (fig.4) en donde él comparte la cena con la proyección de la videollamada de una chica que juega con la ausencia física y la presencia digital, haciendo que la escena completa aluda a la pieza “The origin of painting” o también conocida como “The

maid of Corinth” (1775) del pintor David Allan (fig.5), quien en a través de la pintura hace visible una escena en donde una mujer traza sobre la pared a silueta de su amado. El trazo de la sombra le recordará la presencia de él incluso en su separación. El capitalismo afectivo parece apropiarse de la falta de compartir con alguien para ofrecer productos que parezcan disminuir una distancia y den la falsa ilusión de la presencia, aunque los usuarios no sean conscientes de que tal acto sólo revela que la relación es entre el dispositivo móvil y el usuario.

Por lo anterior, parece que ese dicho popular que dice “amor de lejos es de pen...sarse” tenga razón, aunque el problema no es la distancia sino una sobreproducción de imágenes mentales de lo que

podría pasar en la ausencia y la distancia. Como cuando el intérprete español C. Tangana en su canción “Nunca estoy” (2020) habla de las acciones que alguien realiza para asegurarse de la existencia del otro a través de la revisión constante de sus redes sociales “todo lo que sé de ti/ es lo que escribo en las redes si escribo tu nombre” pero, remata más adelante con un “pienso en con quién estás/ cuando no estás conmigo”, las redes sociales han proporcionado la capacidad de una creación de imágenes -que no imaginación- y de escenarios que se construyen a partir de la virtualidad desde Pierre Lévy (1999) de la ausencia del otro como el potencial de lo que podría ser.

Y no es para más, a veces la sobre producción y publicación de informaciones hace que las corporaciones de la que habla Juan Martín Prada se aprovechen para lucrar con la necesidad de sentirse cercano del otro. En plataformas de emparejamiento, es claro el intercambio monetario de una versión plus que adiciona la posibilidad de saber si a alguien le ha gustado el perfil propio o el hecho de hacerle notar al otro que le ha gustado su perfil con un *super like* y finalmente al hacer *match*, hacerle saber cierta indiferencia a través del ícono de las palomitas azules.

Fig. 5. Pintura *The origin of painting o The maid of Corinth* de David Allan. 1775



CONCLUSIÓN

Señala Andy Warhol en su libro *Mi filosofía de A a B y de B a A*: “La gente debiera enamorarse con los ojos cerrado. Simplemente cerrad los ojos. No miréis” (Warhol, 1993) ¿Es la mirada imprescindible? Me es difícil responder que sí cuando reconocer un fenómeno tan inserto en mi cotidianidad, la cultura y la sociedad demuestra que no lo es. La imagen y la mirada se producen a pesar de la constante idea de que el amor es ciego y al mismo tiempo darse cuenta del imaginario creado en torno a ello.

He tenido ya gran interés en lo anterior que acaricia una fascinación de la que me es difícil tomar distancia. Pero la investigación requiere justo eso: cercanía. Este intento de distanciarse de ello es dar cuenta de una postura crítica ante el fenómeno estudiado. Las relaciones gestadas en la red no implican el reemplazo de una práctica cultural inserta desde el inicio de los tiempos. Me parece necesario aclarar que la aparente transformación de un signo pareciera negar el que le antecede, pero no es así. Confrontar lo anterior ante con una especie de postura a través de la pérdida-ganancia, del *feedback* de las diversas experiencias sociales me han ayudado a sortear la fascinación con la crítica del mandato cultural del amor, de las relaciones, de los amigos.

Sí, se han perdido signos, tradiciones y la configuración de una “nueva” forma de relacionarse ha hecho que se ganen otros. Considero

importante mencionar antes que nada esto porque incluso hasta en el último momento y dada mis ideas escritas en extenso en el capítulo 3 han sido objeto de conversación con mis asesores, amigos y profesores. Es también importante reconocer que los signos con los que se interactúa en este momento apelan a una dinámica acelerada, la eficiencia incluso de la toma de decisiones se reduce al *swipe logic* o incluso el uso de emojis. Por ejemplo, usar el emoji en forma de berenjena para dar cuenta de que la relación que se busca es puramente casual y de índole sexual.

Este viaje iniciado hace ya dos años concluye con más preguntas, más inquietudes con las que inicié, sin embargo, con un objeto de estudio mucho más claro.

La organización de esta investigación buscó tener en cuenta al juego como una estrategia de las relaciones que buscan escapar del poder, de la vigilancia, de la tradición, quizá es difícil percibir la cualidad política del juego. Y es en ese sentido en el que construí un montón de juegos que me implicaban a mí para dar cuenta de que incluso el juego había sido absorbido por el contexto cultural en el que me encuentro. No fue hasta el momento en el que me senté a reflexionar algunos aspectos abordados sobre todo al final de esta investigación que pude reconocer lo anterior. A veces mi fascinación ante el fenómeno me cegó en torno al cuestionamiento del mismo y soy consciente de ello. Incluso ahora me es difícil discernirlo.

Este viaje que por el momento debe concluir, me llevó a pensar el fenómeno de las plataformas de emparejamiento digital como un juego. El juego entendido como una suspensión, creación y experiencia

de la realidad, sobre ello están propuestos los tres capítulos que alimentan este documento. Sin embargo, lo que profuso esta investigación, desde mi personalísima perspectiva, fue que me permitió *performar* aquello que en espacios físicos se vestía de imposibilidad.

A parte de haber crecido en un contexto familiar muy abierto, contrasté diversas limitaciones que en un momento forjaron mis dudas “existenciales”. Me llama la atención cómo es que otras dudas en torno a la performatividad de muchas personalidades que creadas a partir de la red me permitieron ser consciente de mi propia multiplicidad y la de los demás en un contexto digital y dado el potencial de internet. Tomé más bien *tácticas* que desde Michel de Certeau me permitieron cazar experiencias.

Otro punto que quisiera abordar en este momento es que establecer un antes y un después de las relaciones afectivas es aquello que considero hace que se perciba una transformación de una experiencia que no se desaparece de alguna forma, orillando una reflexión de un futuro próximo, incluso de un *post-amor*. Lo *post* definitivamente no desplaza o destruye una experiencia o un fenómeno, pero lo *post*, de ninguna forma debe ser una postura tan crítica que exija un desencanto por lo digital, sino indicar una postura ante el tiempo vivido y de las implicaciones de procesos tecnológicos a ellas en donde asumirlas como parte de la cotidianidad será imprescindible.

Ello no quiere decir que la fascinación ante los dispositivos, las *apps*, los *matches*, las posibilidades de las redes sociales releguen el sentido de pertenencia a una comunidad y habrá que ubicar una posición en donde los usuarios compartan realidades dentro y fuera de sus



dispositivos móviles conectados a la red.

Marshall McLuhan, en *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del hombre* (1964) señala que los sujetos se han llenado de extensiones o prótesis que le ayudan a interpretar el mundo. Dejando de lado el vaticinio de la era digital, aquello que me llama la atención es cómo McLuhan aborda al juego como una extensión del ser humano.

Los juegos, bajo la lógica de Marshall McLuhan, son re(acciones) colectivas como una especie de desahogo ante los *patrones acostumbrados* presentes en cualquier tipo de cultura, tiempo y contexto. El aporte de McLuhan viene a reafirmar la propuesta de Johan Huizinga con su *homo ludens* como aquel que juega para poner en suspensión la realidad y proponer nuevas.

Porque al explorar y adentrarme en el uso de plataformas de emparejamiento digital pude darme cuenta de sus ventajas y al mismo tiempo de sus contradicciones, en donde las contradicciones llegan a afectar más el desarrollo de las relaciones sociales, provocando inseguridades que sí serían equiparables con algún tipo de rechazo entre sujetos y que también han desarrollado una especie de miedo por la desaparición y el miedo a reacciones de riesgo como el acoso en la red.

Es difícil negar los problemas en las que un uso irresponsable de las redes sociales ha provocado: el fenómeno del *shitstorm* del que habla Byung Chul-Han como un diluvio de incoherencias vertidas en *posts* que parecen aprovechar hasta el mínimo error para la cacería de brujas digital, el acoso escolar a profesores, estudiantes y directivos de un espacio educativo, incluso los riesgos de una cita a ciegas en donde el resultado se torna fatal, el filtro de datos e informaciones, imágenes

fotográficas íntimas y personales que son utilizadas como chantaje. Sí, sería irresponsable no mencionar que hay una diversidad de problemas que se gestan a partir del uso de redes sociales y de plataformas de emparejamiento, en las que cierta responsabilidad es de las plataformas y las que menos se cuestionan.

Las decisiones radicales como una forma lidiar con una persecución psicótica han llevado a proponer estrategias como los *detox* digitales o el abandono de todas las plataformas digitales y redes sociales para volver a convivir con la naturaleza o la familia con la ilusión de tomar la píldora de escape de una realidad digital, como en el largometraje *Matrix* (1999). Muchas de esas ideas también están alimentadas por un miedo de que las computadoras, las asistentes digitales, robots y tecnología de realidad aumentada e inteligencia artificial pueden fácilmente desplazar el poder de los humanos sobre ellos, proponiendo un futuro en donde la mecanización de todo proceso y actividad hará que se olvide lo que realmente “importa”, como si la transferencia de la conciencia de un humano a la máquina fuera posible.

El panorama de un futuro distópico y las reacciones a él, han sido en gran medida, gracias a la producción y consumo de imágenes. Pero, el problema no es la producción de imágenes. Sino la creencia de la pérdida de un control, es decir, la dominación ejercida sobre cualquier proceso, sujeto, máquina como la relación de poder que un sujeto corporación requiere. Ricardo Rodulfo ya ha sido claro con ello: las relaciones sociales dentro de un contexto digital y fuera de él también están ajustadas a una necesidad de dominación.

En tal sentido, la propuesta que al final de este viaje, es el juego



como re(acción) ante las limitaciones o mandatos en fenómenos como las plataformas de emparejamiento, las relaciones sociales, las redes sociales y el internet, tal como mi *spielverderver* se desarrollaba, en el sentido que a través de las mismas oportunidades de la red que en teoría no estarían cayendo dentro de ninguna acción inmoral, pues sucede incluso en contextos físicos, como actuar ante situaciones cotidianas en la escuela, en el trabajo, etcétera. La red no podría cuestionar la forma de construcción de uno mismo.

Y el juego como una estrategia de alternar la realidad y sortear las ideas de lo *post*-digital, *post*-humano, *post*-amor, también se desarrollan dentro del concepto de lo *contra*, el juego como resistencia que puede proponer usuarios conscientes de su realidad. El manifiesto *Contrainternet* (2016) de Zach Blas han empezado a proponer ideas en torno a un uso crítico de internet sino a una resistencia a cuestiones tan disciplinarias como el género o la sexualidad, dando paso a la diversidad y a la alternatividad como una vía para experimentar su potencialidad, ignorando las viejas usanzas o las creencias de modelo único e individual.

Aquello en lo que acierta lo *contra* es en el reconocimiento del poder y la necesidad de una alternativa militante, crítica. Sin embargo, a pesar del creciente planteamiento de la destrucción o desaparición de internet, el futuro se augura aún más digital y más conectadas a internet. Hoy un día, objetos tan primordiales como una bombilla tienen la posibilidad de ser elevados a una condición inteligente y controlados desde un *smartphone*.

Al final de todo, creo que lo relevante será ser consciente del uso

que uno le da a las redes sociales y las plataformas de emparejamiento digital, y al mismo tiempo de que los procesos de sociabilización no pueden sentirse desplazados por internet, *Tinder* o *Bumble*, porque se ha hecho la elección de ingresar a ellos, y, de cualquier modo, cada uno elige la propia forma de establecer un lazo social con el otro ya sea dentro y fuera de la red, pues como ya lo mencionaba, no hay manuales o guías para relacionarse con otros, no hay pasos estabilizados o un proceso a seguir. Pensar en juicios como la destrucción de una experiencia o en la compatibilización del amor en máquinas ha hecho tanto daño como el propio poder. Asumir la alternativa de realidades con el juego será un espacio que dé una dosis de libertad ante un poder que no parece moverse y avanza con más aceleración que nunca.

Los diversos personajes creados como ejercicio para la investigación me han ayudado a comprender que uno va construyendo realidades en torno a sí mismo y que es difícil desapegarse de los riesgos de internet o de experiencias que han sido vividas, que las plataformas de emparejamiento como *Tinder* o *Bumble* no proponen cosas nuevas, la distancia siempre ha estado ahí. Pero, así como mi *spielverderver*, es posible mediar las posibilidades de convivir con otros en la red y de forma presencial. De cualquier modo, no sólo es *Tinder* o *Bumble*, actualmente, en las tiendas de *apps* tienen una gran variedad que se ajustan a cualquier necesidad.

Como leía en un *post*: “Si uno se lo propone, cualquier red social puede convertirse en *Tinder*” o un lugar para ligar. Enamorarse siempre va a partir de una imagen. Y ante eso, a pesar de Warhol, debemos abrir los ojos. Juguemos con eso.

LISTA DE REFERENCIAS

BIBLIOGRÁFICAS

- Agamben, G. (2011). *Infancia e historia destrucción de la experiencia y origen de la historia*. Adriana Hidalgo.
- Austin, J. L. (1955). *Como hacer cosas con las palabras*. Escuela de Filosofía Universidad ARCIS
- Belting, H. (2010). *Antropología de la imagen*. Katz.
- Benjamin, W. (1936). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. ITACA.
- Butler, J. (2007). *El género en disputa: El feminismo y la subversión de la identidad*. Paidós Ibérica.
- Certeau, M. de. (1996). *La Invención de lo cotidiano*. Universidad Iberoamericana.
- Dessal, G. (2019). *Inconsciente 3.0: Lo que hacemos con las tecnologías y lo que las tecnologías hacen con nosotros*. Pensódromo 21
- Dubois, P. (2010). *El acto fotográfico: De la representación a la recepción*. Paidós.
- Fontcuberta, J. (1997). *El beso de Judas: Fotografía y verdad*. G. Gili.
- Fontcuberta, J. (2017). *La furia de las imágenes: Notas sobre la post-fotografía*. Galaxia Gutenberg.

- Groys, B. (2016). *Volverse público: Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea*. Caja Negra.
- Han, B.-C. (2014). *En el enjambre*. Herder.
- Han, B.-C. (2018). *La agonía del Eros*. Herder.
- Hetzenauer, B. (2016). *Lo interior afuera: Béla Tarr, Jacques Lacan y la mirada*. Ciudad de México: Cineteca Nacional.
- Huizinga, J. (1975). *Homo ludens*. Alianza Editorial.
- Jurgenson, N. (2020). *The social photo: On photography and social media*. Verso.
- Leader, D. (2014). *El robo de la Mona Lisa lo que el arte nos impide ver*. Sexto Piso.
- Lévy, P. (1999). *¿Qué es lo virtual?* Paidós.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios: Las extensiones del ser humano*. Paidós.
- McNabb, D. (2018). *Hombre, signo y cosmos: La filosofía de Charles S. Peirce*. Fondo de Cultura Económica.
- Mitchell, W. J. T. (2017). *¿Qué quieren las imágenes?: Una crítica de la cultura visual*. Sans Soleil.
- Morin, E. (s/f). La noción del sujeto. En *Nuevos paradigmas, cultura y subjetividad*. Paidós.
- Rodulfo, R. (2017). *Ensayos sobre el amor en tiempos digitales: Dominios sin dueño*. Paidós.
- Sadin, É. (2018). *La silicolonización del mundo: La irresistible expansión del liberalismo digital*. Caja Negra.

- Sibia, P. (2013). *La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica.
- Steyerl, H. (2014). *Los condenados de la pantalla*. Caja Negra.
- Tenenbaum, T. (2019). *El fin del amor: Querer y coger en el siglo XXI*. Ariel.
- Warhol, A. (1993). *Mi filosofía de A a B y de B a A*. Tusquets Editores.

ELECTRÓNICAS

- Butler, J., & Lourties, M. (1998). Actos performativos y constitución del género: Un ensayo sobre fenomenología y teoría feminista. *Debate Feminista*, 18. <https://doi.org/10.22201/cieg.2594066xe.1998.18.526>
- Blas, Z. (2016). *Contrainternet*. (2018, 29 de enero). Centro de Cultura Digital. <https://editorial.centroculturadigital.mx/libro/contrainternet>
- Fuentes, M (1985). Fantasma. *Asociacion Escuela Argentina de Psicoterapia para Graduados*. (4). <https://www.elpsicoanalisis.org.ar/old/numero4/resenafantasma4.htm>
- Prada, J.M. (2011). Capitalismo Afectivo. *Exit Book: revista de libros de arte y cultura visual*. (15) 32-37.
- http://disciplinas.stoa.usp.br/pluginfile.php/121678/mod_resource/content/1/Capitalismo%20afectivo_Juan%20Martin%20Prada.pdf
- Pessoa, F y Laurido L. (trad). (2017). No sé quién soy. *Revista de la Universidad de México*, (828), pp. 6. https://www.revistadelauniversidad.com/ver-publicacion/121678/mod_resource/content/1/Capitalismo%20afectivo_Juan%20Martin%20Prada.pdf

sidad.mx/articles/8ba47c23-2509-4ae5-bc7e-d7e77e5c9e79/dos-escritos

- Shontell, A. (2017). *What it's really like to build a \$3 billion startup in your 20s*. (2017, 14 de febrero). Business Insider. <https://www.businessinsider.com/sean-rad-interview-2017-1?r=MX&IR=T>
- Tinder [@Tinder]. (2020, 2 de octubre). *If you link your instagram to your tinder and every post is either architecture or a plant i do not trust you* [Tweet]. Twitter: <https://twitter.com/Tinder/status/1312108992198447104>
- Tinder [@Tinder]. (2020, 03 de diciembre). *estaba tomándome nudes para mi onlyfans Y ME CAÍ ahdhajdajajsjs me amo*. [Tweet]. Twitter: <https://twitter.com/Tinder/status/1312108992198447104>

AUDIOVISUALES

- Allan, D. (1775) *The origin of painting (The maid of Corinth)* [pintura]. National Galleries Scotland, Escocia. <https://www.nationalgalleries.org/art-and-artists/29630/origin-painting-maid-corinth>
- Ed Sheeran. (2014). *Photograph* [canción]. En X. Warner Music.
- Eidelsztein, A. (2018). *La topología en la clínica psicoanalítica* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=0CyTiwhX5yU>, https://www.youtube.com/watch?v=Vf6U_oJ0aE, <https://www.youtube.com/watch?v=0CyTiwhX5yU>
- Jonze, S. (2013). *Her*. [película]. Annapurna Pictures

- Kosmatopoulos, E. (2016) *Scrolling down* [Video] Vimeo. <https://vimeo.com/184200232>
- Lana del Rey. (2014). *West Coast* [canción]. En *Ultraviolence*. Interscope Records Ltd.
- Lyn, E. (director). (2014, 11 de diciembre). *Fifteen Million Merits* (temporada 1, episodio 2) [episodio de serie de televisión] Zeppotron. En C. Broker y A. Jones (productores ejecutivos), *Black Mirror*. Netflix.
- Orłowski, J. (2020). *The social dilemma* [película]. Exposure Labs. <https://www.netflix.com/mx/title/81254224>
- Schulman, A. (2012-2020). *Catfish: the TV Show* [Serie de television]. Catfish Picture Company
- Tangana, C (2021). *Nunca estoy* [canción]. En *El Madrileño*. Sony Music Entertainment España. S.L
- Tibbetts, C. (director) (2014, 16 de diciembre). *White Christmas* (episodio especial) [episodio de serie de televisión] Zeppotron. En C. Broker y A. Jones (productores ejecutivos), *Black Mirror*. Netflix.
- Verdi, Karman [@karmanverdi]. (2020, 31 de octubre). [Fotografía]. Instagram.
- https://www.instagram.com/p/CHBH1Xtth_h/?utm_medium=copy_link