



# TEENTERNET

Manuel Minch





# TEENTERNET

Manuel Minchero

*Proyecto de investigación tutorizado por Irma Arribas.  
Máster en Investigación en Arte y Diseño.  
EINA, 2017.*

## ***Agradecimientos***

*Irma Arribas, Lluís Nacenta y Tania Costa por orientarme durante la investigación.*

## ***Contenido***

<b>0_Leeme.txt</b> .....	9
<b>1_Introducción</b> .....	13
<b>2_Adolescencia e Internet</b> .....	19
<b>2.1_Morfogénesis</b> .....	20
<b>2.2_Segmentación generacional</b> .....	29
<b>3_Teenternet</b> .....	43
<b>3.1_Cyberghetto. Significación de entornos</b> .....	45
<b>3.2_Biopolítica teen</b> .....	53
<b>3.2.1_Meditación e Internetamine</b> .....	53
<b>3.2.2_Gamificación y procrastinación</b> .....	59
<b>4_Arte Teenternet</b> .....	77
<b>4.1_Elementos que conforman el arte Teenternet</b> .....	78
<b>4.1.1_Las labores del curador informatizado. Data curator</b> .....	80
<b>4.1.2_La interpretación como producción artística. Lectoartista</b> .....	95
<b>4.2_Algunos ejemplos y aplicaciones prácticas del arte teenternet</b> .....	102
<b>5_Conclusiones</b> .....	119
<b>5.1_Introducción al anexo: Notes on the Teenternet</b> .....	122
<b>6_Referencias</b> .....	126



# ***0\_Leeme.txt***

*Investigación desde el contexto personal de un millennial tardío que trata adaptarse a lo que los Baby boomers esperan de él.*

Para comenzar la contextualización de este proyecto de investigación quizá sea necesario revisar la situación en la que me encuentro en la actualidad. Esto que ahora redacto forma parte de un requisito académico. No obstante, mi campo de interés se encuentra en otro lado al propuesto desde la academia, más cercanos al campo de la crítica institucional y a la búsqueda de modelos expositivos auto gestionados. Esto no quiere decir que el tema sobre el que versa (estrictamente autónomo) no pueda o deba adaptarse al territorio universitario o, más bien, a los formatos predeterminados que exige un proyecto de estas características. Esta investigación, por tanto, se encuentra en medio camino entre lo esperado académicamente -una tesis de un mínimo de 40.000 palabras o 260.000 caracteres- y

los procesos de escritura cotidianos en Internet, un tuit de máximo 140 caracteres o una descripción en la biografía de Instagram en 150 caracteres. Acostumbrado a este modelo fragmentado de comunicación basado en la escritura y lectura rápida, puede resultar complicado re-adaptarme al formato exigido y perdurar durante este recorrido centrado en un mismo tema sin caer en distracciones y terminar escribiendo sobre gatos, *memes* u otros datos que me han llamado la atención durante este proceso. A este factor me parece necesario incluir otra gran diferencia entre la escritura -llamémosla- tradicional y la perteneciente a comunicaciones en medios de distribución masivos actuales: gramática errónea, los anglicismos, *slangs*, abreviaturas y muchas otras formas de dejadez escritural presentes en una comunicación a través de las redes sociales. Aun con todos estos hábitos a los que pertenezco desde mi situación como *millennial*, y -sobre todo- como nativo digital, trataré de mantener la coherencia e implicación que se me exige desde mi posición como investigador. Por ello, voy a tratar de escribir con el sistema de escritura normalizado por la academia e incluir ciertos elementos o posicionamientos que hagan recordar este proceso de adaptación hacia el contexto universitario.

Al utilizar un lenguaje alejado del utilizado normalmente, en ocasiones podré aparentar poseer razón, pero lo cierto es que, como luego veremos, todo este documento está escrito reflejando los síntomas que se describen a través de la investigación. Con esto me refiero a que me considero un producto de las estructuras que se presentarán, por lo que mi perspectiva a la hora de escribir está condicionada por esos factores. Tener en cuenta mi posición como *millennial* tardío y como adolescente asincrónico es necesario para entender las derivas terminológicas y déficit de atención palpable a la hora de profundizar sobre ciertos temas.

Durante el recorrido que aquí se propone, se vierten una serie de términos -unos propios y otros no- que servirán como claves o códigos para articular este recorrido basado en la concreción y contextualización de mi entorno y mi tiempo. De este mismo modo, he realizado un anexo que contiene información añadida, acepciones

de términos que utilizo o breves relatos a modo de diario. Estos elementos tienen el propósito de ampliar aspectos que puedan ser mal interpretados por el lector o -también- para poner en práctica el funcionamiento de algunos de los términos que acuño o resignifico durante este documento.

\*\*\*

Para mejorar la accesibilidad a las páginas *web* citadas, he creado una copia de la investigación en la dirección web:

[www.internetmoongallery.com/teenternet.pdf](http://www.internetmoongallery.com/teenternet.pdf)

# 1\_Introducción

*Desde la creación de un término hacia la búsqueda de su significado*

Esta investigación se basa en la creación de un término desde el que posicionarme y desde el cual generar relaciones que mejoren la comprensión del entorno social y cultural que me rodea en la actualidad. Se propone aquí el término *teenternet* para referirse a la cultura generada tras el acontecimiento postinternet, a partir de este momento se establecen una serie de comportamientos y hábitos fomentados por las herramientas que ofrece Internet. Por tanto, se investiga cuáles son los elementos generadores de cultura, para así, mediante hechos observables, tratar de concretar el entorno que me rodea.

La adolescencia es una construcción social completamente dependiente de la cultura establecida, por esta razón se desplaza este

término para referirse a influencia de Internet como una «cultura universalizada» y así tratar de reconstruir los comportamientos que definen la sociedad contemporánea y las transformaciones artísticas que esta acarrea.

Por lo tanto, esta investigación se basa en la construcción de un término a través de la selección y recopilación de ideas y teorías basadas en las relaciones culturales que se establecen en una sociedad subordinada a la masificación de Internet. Este término es acuñado para alejarme de otras perspectivas anteriores y, mediante el análisis cultural, articular la investigación. Con esto no se pretende legitimar el término *teenternet* como la corriente artística y social actual, este término se convierte pues en una estrategia o perspectiva desde la cual abordar la problemática que me interesa.

Cómo veremos más adelante, la idea de constelación y la huida de las definiciones acotadas y cerradas está presente durante toda la investigación. A pesar de que en ciertas ocasiones resulte inevitable encerrarse en contextos normativos para facilitar la comprensión al lector, se pretende trabajar desde la disolución de las categorías convencionales, y, para ello, la estrategia que utilizo es ampliar el léxico a través de la ampliación semántica o la invención de nuevos conceptos que se deslignen de la tradición significativa que los acompaña.

De esta forma, como también veremos más adelante, la idea de democratización del término «comisariado» es notable durante el documento, se pretende sintetizar este término para referirse a la selección, distribución y generación de narrativas que utilizan este como proceso creativo. Por esta razón, comparo la totalidad de la investigación con una exposición -entendido como contenedor de información- utilizada para disponer una selección de ideas independientes que, al articularse, establecen un recorrido. El mitificado cubo blanco expositivo es reemplazado por un término vacío, sin significados arraigados. A través de esta estrategia se busca generar relaciones con las cualidades propias de nuestro entorno, entender en qué medida la cultura fomentada por la

intercomunicación condiciona las prácticas artísticas.

Por otro lado, si bien lo académicamente correcto es prescindir de los anglicismos, en este escrito conviven ambos idiomas. En ocasiones utilizaré extranjerismos para indicar palabras o expresiones concretas, esto es debido a que considero más efectivo el término original que su traducción al castellano. Por otro lado, el lenguaje de Internet se construye desde su estructura interna mediante la utilización de este idioma, desde la lingüística utilizada en los códigos de programación, hasta el 52.2% del contenido web está en inglés<sup>1</sup>, la aldea global requiere una lengua franca que funcione como vehículo lingüístico efectivo para intercambiar información a nivel global. Esto no niega las capacidades comunicativas del idioma originario del entorno geográfico del sujeto, el idioma nativo enriquece las capacidades lingüísticas, pero esta comunicación sólo es efectiva cuando el receptor del mensaje pertenece a su mismo grupo lingüístico. Internet, como medio intercultural masificado, establece sus propias fronteras, expande el contenido y genera nuevos públicos no previstos en su inicio. El autor genera el mensaje, pero, al no conocer sus destinatarios, el significado se ve alterado por los procesos de traducción, interpretación y comprensión del receptor.

En un presente inmerso en nueva terminología se vuelve difícil mantener un lenguaje purista. Por ello, no encuentro ningún problema en la readaptación del lenguaje, sobretodo en conceptos nacidos dentro de la comunidad global que, al traducirlos, pierden su significado lógico. El lenguaje delimita geográficamente la expansión del mensaje y su comprensión en otros entornos lingüísticos.

Por otro lado, me interesa investigar este aspecto taxonómico relacionado con el ámbito de lo digital. En la primera etapa de nacimiento o crecimiento del medio, al que dentro de la tesis posteriormente planteada llamaré «niñez», había una necesidad conceptual bastante marcada hacia la identificación de nuevos modelos, ya sean sociales o categóricos, a través de terminología

<sup>1</sup> W3techs, "Most popular content languages" [En línea]. 2017. Disponible en Internet en la dirección: <https://w3techs.com> (Acceso 20/01/2017)



sujeta tradicionalmente a otros significados, ejemplo de esto podría ser «virtual» -para referirse al contenido que reside en el interior de los dispositivos tecnológicos- o la idea de los *new media* como concepto generador de una atemporalidad, sino es así, ¿cuánto tiempo debería pasar para que una obra relacionada con la televisión, el PC o un smart phone dejaran de ser un new media?

En otros casos, el significado del término se ha logrado adaptar accidentalmente por completo a su nuevo uso, un ejemplo de ello podría ser «digital», actualmente utilizado para identificar el contenido formado por dígitos pero etimológicamente acuñado para referirse a los números que pueden contarse con los dedos de las manos. Ciertamente es que este ejemplo mantiene un significado muy coherente si tenemos en cuenta que, en la actualidad, casi todas las interfaces son manejadas utilizando los dedos de las manos para visualizar el contenido que se muestra en la pantalla.

Esta problemática ligada al aumento de funciones y materialismos informáticos fue anticipada por autores como Jean Armour Polly en *Surfing the Internet*, 1992, donde recopila y define nuevos conceptos y ofrece su experiencia a modo de guía introductoria al manejo de Internet. No obstante, lo que personalmente encuentro más interesante no son los conceptos ligados a la programación -presentes en una infinidad de libros sobre informática- sino los que infieren en los aspectos sociales coetáneos al usuario. Estos términos normalmente son acuñados y presentados en comunidades *online* donde el usuario tiene capacidad de expresión y, al presentarse en comunidad, se abre su significado al debate.

Por lo tanto, en esta investigación se acuña el término *teenternet* como «excusa» para contextualizar los comportamientos propios del entorno influido por la cultura masificada. Por esta razón, mediante este término, no se pretende legitimar una definición exacta, sino más bien utilizar este como una forma de adentrarme y articular la investigación ahondando en los hábitos y estrategias biopolíticas que regulan el comportamiento cultural influenciado por el uso de Internet.

## 2\_ Adolescencia e Internet

*Desde el net art hasta la era Postinternet*

En este capítulo se establece una relación entre la adolescencia e Internet. Para ello se realiza un breve recorrido por las etapas ontogénicas y, al mismo tiempo, se realiza un breve recorrido de la evolución del arte en Internet y la popularización del medio en la sociedad. Mediante esta narración paralela, se identifican las etapas de desarrollo social con la transición hacia una cultura plenamente subordinada a la intercomunicación.

En primera instancia, revisaré este recorrido evolutivo, o morfogénesis, que atiende a los aspectos fisiológicos y psicológicos de los seres humanos en una sociedad moderna. No debemos olvidar que las etapas de desarrollo humano son meras construcciones sociales y que varían dependiendo de la situación geográfica o social

de cada individuo. Por esta razón me interesa conocer como es la adolescencia de Internet y que comportamientos caracterizan ese proceso evolutivo.

También se destacará la importancia de la segmentación generacional existente en esta «cultura del tránsito» debido a que todas estas generaciones son las que elaboran el contexto social. Y, por último, extraeré los comportamientos característicos de la etapa en la que considero más definitiva de la actualidad (la adolescencia), para analizar la sociedad desde los parámetros más característicos de esta etapa y así observar los hábitos e influencias que provocan en los comportamientos del individuo.

## 2.1\_Morfogénesis

Las etapas ontogenéticas son los procesos de desarrollo por los que pasa un organismo desde su fecundación hasta su muerte. Para regular este tránsito se realizan una serie de construcciones sociales ligadas al desarrollo físico y mental para así tratar de establecer etapas definidas y crear taxonomías sobre el proceso evolutivo animal y humano. Estas categorías tienden a obviar las distinciones entre iguales y a centrarse especialmente en factores temporales como la edad o el desarrollo físico. Se suele diferenciar entre siete etapas o fases de crecimiento en la vida del ser humano, empezando desde la concepción hasta su fallecimiento: Etapa prenatal, infancia, niñez, adolescencia, juventud, adultez y ancianidad. No obstante, no considero algunas de ellas relevantes, ni que aporten cambios sustanciales en la investigación que ahora atañe. Por esta razón me centraré en Internet. Dedicaré este apartado para repasar brevemente las características de la edad prenatal, niñez y adolescencia y establecer relaciones con la evolución del arte en Internet.

La edad prenatal es siempre la primera fase del desarrollo, y al igual que en la consumación de todo ciclo de vida, sin esta no existiría ninguna formalización. Biológicamente esta se identificaría

con el periodo intrauterino o, comúnmente llamado, embarazo. Aplicando este término a la evolución de Internet, esta etapa se correspondería con el surgimiento de la World Wide Web, creada en 1989 por Tim Berners-Lee en el CERN. Tomando este momento como el nacimiento de Internet (o el primer brote de lo que es hoy en día) debemos destacar la escasa popularización en sus inicios y su dificultad de utilización debido a la ausencia de interfaces gráficas. Esta etapa de nacimiento y crecimiento también se identificaría con el surgimiento del *net art*, en el que los artistas trabajan en el contexto de Internet como un espacio nuevo de creación autónoma a los circuitos convencionales del arte. Desde sus inicios, el arte en Internet se identificaba con movimientos de neovanguardia que proponían un radical cuestionamiento de las formas de producción y distribución de arte. Cabe destacar el allanamiento del terreno producido por las primeras corrientes de *fax art*, *computer art* o incluso la electrografía y el *copy art*. Estas corrientes previas fueron clave para orientar el camino a recorrer con el *net art* e incluso indagar en los conceptos de distribución y accesibilidad del arte. Estas primeras corrientes del *net art* se caracterizaban por sus planteamientos utópicos que consideraban Internet un espacio de trabajo alejado de las estructuras sociales dominantes del momento debido a que potenciaban la comunicación remota y privada. Como veremos, esta idea no tardó en descartarse al poco tiempo de la incorporación de las industrias que hoy dominan las rutinas *online* de los usuarios.

Por otro lado, esta corriente artística se alejaba por completo de la compatibilidad con los formatos expositivos de la institución cultural, se retomaba la problemática de la desmaterialización de la obra de arte y de las dinámicas potenciadas por el arte conceptual de los sesenta. Por tanto, las instituciones como museos y galerías se veían con claras dificultades para adaptarse a las tecnologías y formatos exigidos por cada pieza. Asimismo, el continuo avance técnico ligado al *Ww* sufría un grave problema en lo que se refiere a su obsolescencia y conservación. Las continuas actualizaciones de *software* (navegadores y compatibilidades) y de *hardware*

(como disquetes o CDs) condicionaban la durabilidad de estas piezas que estaban claramente subordinadas al avance tecnológico del momento. El resultado es que solamente las páginas y las herramientas más recientes sobreviven, mientras lo obsoleto cae en el olvido y es neutralizado o ignorado por los creadores posteriores. La conservación *online* de estas piezas también cae en los problemas monetarios de Internet, la gran parte de artistas no puede mantener los costes del *hosting web* y su continuo mantenimiento, por esta razón su conservación resulta complicada y se han perdido gran cantidad de obras. Tanto es así que en la actualidad existen artistas dedicados a darle importancia a la arqueología de Internet y así rescatar la historia «invisible» del *net art*.

Olía Lialina se dedica a esta exploración digital y a la archivación de elementos y piezas definitorias de los primeros años de Internet. Con ello, en los últimos años, Olía se ha dedicado a indagar en el folklore digital a través de distintas publicaciones como “Digital folklore” (2009). En una de las notas de su web personal, “Net Art Generations”, Olía crea la distinción entre tres distintas etapas del *net art*: “*The 1st -- Artists working with the Internet as a new medium. [...] Coming from other backgrounds, like film, performance, photography, [...] and now you are translating them, trying yourself in a medium you subjectively see as new.*”<sup>2</sup> Según su teoría, considera que estos artistas son condicionantes para las creaciones de siguientes generaciones: “*The 2nd [...] artists who were trained to pay attention to the Internet, understand the concept of media specificity, who see their work in relation to projects previously created.*”<sup>3</sup> La última generación, influida por la teoría postinternet y la popularización del uso de Internet, se correspondería con la tercera etapa, “*artists working with the WWW as mass medium, not new medium.*”<sup>4</sup> Con estas distinciones queda patente la transición cultural ejercida por los avances técnicos y

<sup>2</sup> Olía Lialina, “Net Art Generations”. [En línea]. Noviembre, 2013. Disponible en Internet en la dirección: [http://art.teleportacia.org/observation/net\\_art\\_generations](http://art.teleportacia.org/observation/net_art_generations) (Acceso 21/11/2017)

<sup>3</sup> *Ibíd.*

<sup>4</sup> *Ibíd.*

cómo influye en la creación artística en Internet, demostrando un proceso de adaptación clave hacia los usos que recaen sobre él. En cuanto a la que denomina como primera etapa deberíamos destacar el trabajo de artistas y colectivos pioneros como Jodi, VNS Matrix, Vuk Cosic o Alexei Shulgin, mientras que la segunda etapa será más característica por la influencia de estos en los siguientes artistas. Entre esta segunda generación destaca el trabajo de los colectivos MTAA y 0100101110101101.org, formado por Eva y Franco Mattes.

Ahora bien, las características de la infancia se identifican, principalmente, a partir de caracteres negativos: inmadurez muscular, sexual o intelectual, así como la continua carencia de elementos propios de la adultez. Esta perspectiva negativa del concepto «infancia» identifica la concepción de niñez como un «estado adulto sin desarrollar», algo que hace referencia al *net art* como «los primeros pasos del arte en Internet». También cabe relacionar este estado de niñez con la ciencia ficción debido a que propone futuros no materializables desde el presente en el que se generan. Esto daría pie a subculturas utópicas como el *cyberpunk*, basado en el imaginario y especulación de futuros de altos niveles tecnológicos, pero de escaso nivel vital y social.

Si la etapa de la niñez está relacionada con el surgimiento de estos sistemas, la etapa de la adolescencia estaría principalmente condicionada por la pubertad. La etimología de pubertad proviene de la palabra latina «*pubere*» cuya traducción es «pubis con vello» y es caracterizada por ser una etapa de la vida situada entre la niñez y la adolescencia. Esta etapa viene a indicar la descompensación entre cuerpo y mente, el sujeto posee un cuerpo con el que no se siente identificado y –gradualmente– tiene que tratar de compensar estas diferencias.

Volviendo a la analogía con la evolución de Internet, esta se relacionaría con la incorporación de nuevos dispositivos tecnológicos y el uso inadecuado que se ejerce sobre ellos en primera instancia. Ejemplo de esta pubertad tecnológica serían los primeros usos de la *web 2.0* frente a la posterior adecuación de las industrias de



WHAT COULD  
YOU DO?

I keep  
your photo  
here



But... it was only once...  
Last summer...



Olia Lialina. *My Boyfriend Came Back From the War*  
(MBCBFTW), 1996.

comunicación como la telefonía o la prensa que se redefinieron hacia la mensajería instantánea y las redes sociales acelerando los nuevos modelos de interacción y producción. La descompensación «fisiológica» entre medio y mentalidad se descompensa por completo con la llegada de los smartphones y el 3G, estas herramientas permiten el intercambio ininterrumpido y se empieza a asimilar el modelo «conexión 24/7» como un hecho fundamental. El surgimiento de estos artefactos novedosos responde al igual que un cuerpo joven en etapa de crecimiento, su identidad cultural no se corresponde con su apariencia física y paulatinamente se adapta y asimila esos cambios.

Si bien la adolescencia -en sus rasgos más comunes- es conocida como la etapa que se encuentra entre la niñez y la edad adulta, no debemos olvidar es una construcción social que tiene que analizarse desde la antropología antes que desde niveles biológicos o psicológicos. A diferencia de la pubertad, el inicio de la adolescencia no responde a parámetros biológicos sino culturales, por lo tanto, el transcurso hacia esta etapa se desarrolla mediante acuerdos culturales. Tanto es así que en algunas sociedades es común los ritos de iniciación a la edad adulta, estos vienen dados por la tradición cultural de la zona, como es el caso de las jóvenes de Mentawai (Indonesia) que afilan sus dientes al pasar a la adultez, o en algunos países americanos donde es común celebrar la fiesta de los quince años. Estos rituales de paso no consisten en la celebración de rituales universales, sino que tales tránsitos están dados en función de factores como las estructuras familiares, las estructuras de producción o las clases sociales condicionadas por el sexo o la edad. En las sociedades actuales existen otra serie de aspectos políticos que generan responsabilidades en función de la edad física y psicológica ciudadano. Estos van desde las responsabilidades civiles, hasta la edad legal establecida por el Estado para poder consumir alcohol o conducir un automóvil.

En la sociedad occidentalizada existen múltiples rituales de paso hacia la adultez, así podríamos hablar de la finalización de los ciclos de estudios o del antiguo servicio militar obligatorio como indicadores de haber pasado hacia la edad adulta. Superados estos propósitos, el individuo obtiene un reconocimiento social determinado y se

introduce en un estatus que le permite ciertos privilegios sociales.

Margaret Mead probó que las crisis emocionales de la adolescencia no son secuela inevitable del proceso de madurez fisiológica, sino que están determinadas culturalmente. Para ello realizó trabajo de campo en Samoa y escribió "Coming of Age in Samoa" en el que se realizan comparaciones entre la adolescencia samoana y americana. Mediante este estudio, iniciado bajo la dicotomía de la represión y liberación sexual, se llega a la conclusión de que la adolescencia no depende de criterios biológicos sino culturales ya que no son universalmente aplicables. Según Margaret Mead en el contexto samoano no es común la llamada «crisis de la adolescencia» debido a que no existen grupos sociales tan diferenciados y por tanto los jóvenes no poseen un grado de dependencia tan alta respecto a los adultos.

La crisis de la adolescencia común en culturas modernas está caracterizada por la oposición frente a las expectativas adultas y la elaboración de una identidad propia. El adolescente busca la independencia afectiva y esto provoca cambios en su comportamiento como por ejemplo la inestabilidad emocional o el cambio de valores hacia aspectos distintivos que lo autodefinan. El alargamiento de los procesos de tránsito a la sociedad adulta los coloca en una situación de vulnerabilidad frente a las generaciones posteriores. Por tanto, aquí la adolescencia se atribuye principalmente a causas y factores sociales, externos al individuo. La magnitud de los cambios corporales que suceden también tiene como consecuencia un aumento en el interés y la preocupación del adolescente por su imagen corporal. Como veremos, este aspecto es fundamental para el narcisismo y crisis de identidad característicos de las redes sociales, donde el usuario tiene que cuidar y elaborar una imagen estable de sí mismo con el objetivo de ser incluido y valorado por otras personas o grupos sociales.

Mediante esta relación entre adolescencia e Internet se toman los comportamientos característicos de esta etapa y son puestos en relación con las estructuras y dinámicas potenciadas por Internet, como por ejemplo la gamificación de la vida y la producción saturada de entornos ególatras. Se toma aquí Internet como un

artefacto cultural que se encuentra en continuo proceso de fusión de diferencias culturales y mediante el cual se potencian y alargan los comportamientos característicos de la etapa adolescente -como la crisis de identidad o la necesidad de aprobación social- normalizando así un estado de adolescencia asincrónica.

La adolescencia es entonces una construcción social que no podría existir sin el entorno que lo confirme. El entorno que lo constituye en este caso es la influencia de Internet, la descompensación entre mente y cuerpo provoca una serie de comportamientos o actitudes globalizadas entre la que destaca la denominada «crisis de oposición» frente a los referentes. Este elemento reafirma la etapa en la que aún no se es adulto y se posee una identidad formada coherente con el entorno cultural. Desde este punto, es considerado como un proceso de tránsito y de asimilación del cuerpo en relación con el entorno que lo constituye como individuo en sociedad. También se ve sometido a la tradición social (estrechamente ligada a la brecha generacional), que ve en la tecnología el error que incapacita las cualidades humanas, generando unas expectativas históricas incapaces de ser realizadas por la generación joven nacida en un entorno altamente dependiente de los medios tecnológicos sociales.

Mientras que la infancia suele tener características similares en todas las culturas, la edad adulta responde a una lógica completamente cultural. Por esta razón es interesante destacar la ausencia del referente adulto que es suplido por la historia y las especulaciones de futuros. La adolescencia se produce, pues, por una interacción entre factores individuales y sociales, por lo que las diferencias generacionales -y los grupos que estas forman- se vuelven cruciales para comprender la cultura actual. Las continuas frustraciones y «crisis de la adolescencia» no vendrán determinadas tanto por las modificaciones fisiológicas sino por la imposibilidad de adaptarse a los requerimientos de ciertos cánones establecidos culturalmente. Considero entonces importante conocer las distintas brechas generacionales debido a que son altamente condicionantes en la comprensión de una sociedad cohabitada desde múltiples perspectivas históricas y culturales.

## 2.2\_Segmentación generacional

Esta tabla que se muestra a continuación es necesaria para entender la investigación desde una perspectiva cultural e histórica, para facilitar su consulta, esta tabla está incluida también en el anexo *Notes on the teenternet*. En ella se distingue entre las distintas generaciones coetáneas de la sociedad actual que son estudiadas y segmentadas por edades en función del contexto histórico en el que nacieron. A través de estas categorías generadas por investigadores, se pretende dar importancia a la forma de relacionarnos en una sociedad influida -en gran medida- por los avances tecnológicos que se suceden.

GENERACIÓN	DESDE	HASTA
<b>Generación del silencio</b>	Finales de los años 20	Mediados de los años 40
<b>Baby Boomers</b>	Mediados de los 40	1963
<b>Generación X</b>	1964	1978
<b>Millennials</b>	1979	1996
<b>Generación Z</b>	1996	Actualidad

Considero esta tabla importante ya que representa perfectamente las brechas generacionales existentes en la actualidad *teenternet*. Está claro que las fechas no son exactas, ni tampoco atienden a la influencia geográfica, por eso es más adecuado referirse en todo momento al sector occidental al que pertenezco y desde el cual me posiciono durante toda la investigación. Sin el objetivo de obviar otros contextos, pero sin pretender realizar un trabajo antropológico

de sociedades que desconozco y que serían estudiadas desde una fría y criticable lejanía.

Los investigadores segmentan la población mediante las cinco generaciones descritas en la tabla. Esta segmentación, que abarca desde finales de los años 20 hasta la actualidad, distingue entre: la «generación del silencio», los *baby boomers*, la «generación X», los *millennials* y la «generación Z».

La «generación del silencio», o «generación silenciosa», son los nacidos entre los años veinte y mediados de los años cuarenta, se los identifica con este nombre por haber nacido en un periodo dramático de la historia: La gran depresión norteamericana, el auge del nacismo y la segunda guerra mundial. En este contexto el modelo de vida caracterizado por el sacrificio, la austeridad y el silencio fomentado por los regímenes fascistas. Tras la salida de la segunda guerra mundial y el proceso de recuperación económica, algunos países experimentaron un inusual incremento de la natalidad que se denominó *baby boom*. Este incremento de la población, surgido entre el 1946 y 1964, vino dado especialmente por la prosperidad económica tras la salida de la guerra. La «generación X», hijos de los *baby boomers*, son identificados por ser la generación que fue testigo de los primeros avances tecnológicos como las cámaras de video o la televisión. No obstante, esta generación suele ser reacia al uso excesivo de Internet debido a que eran casi adultos cuando surgió este medio. En cambio, la siguiente generación, los *millennial* se caracterizan por su fácil adaptación a los cambios debido a que han sido educados bajo el bombardeo de información y el avance exponencial de la tecnología e Internet. El termino *millennial* normalmente suele estar mal utilizado, esta generación la comprenden los nacidos entre el 1979 y 1996 a pesar de que comúnmente se utiliza para referirse a los nacidos tras el año 2000.

La palabra *millennial*, al igual que la palabra adolescencia, tiene connotaciones negativas, suelen estar relacionadas con la inmadurez, con el no saber enfrentarse al mundo real. Pero, una vez la cantidad de *millennials* supera a los *baby boomers*, ¿cuál es «el mundo real»?

Según las estadísticas del INE, las segmentaciones por edad de España confirman que gradualmente la población *pre-baby boomer* aumenta con los años y supera a los nacidos después del *baby boom*. Esto debería indicar el rejuvenecimiento de la población hacia la asimilación y aceptación de una cultura plenamente internetizada.

Internet ha contribuido sensiblemente a la democratización del control de la información, así como los procesos de toma de decisiones, por lo que ha condicionado en gran medida la cultura resultante. Ahora bien, la última generación que existe hasta la fecha es la «generación Z». Esta generación se corresponde a los nacidos en 1996, cinco años antes del 11 de septiembre del 2001. Según los investigadores, sitúan el origen en esa fecha porque -normalmente- los niños menores a 5 años no eran capaces de recordar lo que hacían durante el *11S*. No obstante, no considero este aspecto el más relevante, son los nacidos y educados en entornos aumentados resultantes de una cultura intercomunicada.

Por tanto, la natividad digital debería medirse en grados, si ponemos de punto de partida la *web 2.0* (2003), la generación de los años 90 casi era adolescente cuando se popularizó el medio, por lo que considero a la «generación Z» los verdaderos nativos, los que no han presenciado el cambio de los paradigmas traídos por la influencia de la tecnología e Internet en todos los aspectos sociales. La «generación Z» son los primeros que nacen con el Internet -tal como es hoy- y los primeros que no conocen esta brecha generacional, eso puede llevarlos incluso a no discernir entre ambas realidades.

La disponibilidad absoluta que ofrecen los dispositivos como extensiones de lo humano, pueden ser percibidos como algo perjudicial para la memoria del sujeto ya que externalizan los recuerdos. Platón escribió sobre este aspecto en su teoría del *Pharmakon*, el ella defiende que la escritura hace perder la memoria del usuario, al externalizar el conocimiento no se utiliza la



memoria para acumular la información<sup>5</sup>. Por lo tanto, la habilidad de concentrarse puede verse sometida por la sobreexposición a estos entornos interactivos. La atención ahora es centrada en los dispositivos aumentados, un libro -por ejemplo- forma parte de un objeto obsoleto en un entorno interactivo, precisamente por la inmediatez y la cultura de lo instantáneo fomentado por las redes sociales y la *web 2.0* que deja fuera de lugar a los soportes tradicionales. El interés ya no reside en el pasado, la importancia recae sobre el presente inmediato y el futuro cercano, muestra de que en la actualidad es palpable la popularización del *streaming* o la liquidez de la información y noticias. Todas estas reformulaciones del lenguaje infieren en los soportes tradicionales. Por tanto, el libro, como soporte de conocimiento, puede percibirse como algo cerrado y sin posibilidad de versar sobre el presente coetáneo al usuario.

El habla o la escritura del *millennial* también pueden ser criticados por resultar pobres, utilizar protolenguaje o por tener dificultad de concentración. Pero lo cierto es que la comunicación ha cambiado, se ha desplazado hacia otras formas de relacionarse; publicaciones en redes sociales, conversaciones por *chat* o aplicaciones de otros tipos. Estos nuevos modelos, en lugar de anular las habilidades del lenguaje tradicional, deberían servir para complementarlas y aumentar las capacidades comunicativas. En una comunicación en la que dos personas hablan de un tema concreto, Internet puede aumentar el acto comunicativo mediante lo transmedia, así se puede complementar argumentaciones con imágenes, artículos relacionados o archivos audiovisuales. Los dispositivos tienden a amplificar la sociabilidad, no sólo mediante cibercomunicación, ni por la comunicación cara a cara, se convierte en una mezcla constante de ambas.

Tras el acontecimiento postinternet, acuñado por Olson y teorizado por Louis Douglas, Jennifer Chan, Artie Vierkant y

<sup>5</sup> Cf. Ernesto Castro, "Más allá de la nueva estética | Redes para el arrastre". [En línea] Casa del Lector, Matadero Madrid, 2016. Disponible en Internet en la dirección: <https://www.youtube.com/watch?v=czwBEnizlVY> min. 9:48. (Acceso 20/12/2016)

Gené Mchugh queda patente los inicios de lo que llamo «cultura *teenternet*». Se acuñaba este término para indicar el momento en el que Internet dejó de convertirse en una posibilidad para llegar a establecerse en todos los ámbitos de nuestra vida social.

“Vivimos la era postinternet. Todo es siempre-ya postinternet. Del mismo modo en el que en alguna época a los productores y consumidores se les informó que vivían en lo postmoderno, estuvieran o no al tanto de lo que esto significaba, ahora podemos decir que todas las obras son postinternet (aunque en diversos grados de reflexividad), puesto que todas las obras son producidas en la era postinternet.”<sup>6</sup>

Este término surge como la emergencia al impacto causado por la red en la sociedad vinculándose a prácticas artísticas basadas en la creación de obras influidas por la conexión a Internet. Por tanto, con el termino postinternet se refiere, en rasgos generales, a cuando Internet se convierte en el elemento omnipresente y central de nuestro contexto vital. No obstante, desde su surgimiento, este término ha sido tratado de adaptar y definir un concepto y una estética, ejemplo de ello es el blog *12292009a.com* de Gené McHugh o las piezas de Katja Novitskova, Artie Vierkant y Petra Cortright, en la que se apropian de la estética y espacialidad propia de la representación digital y es traducida a entornos expositivos.

Si el postinternet acarrió muchos debates en torno a su naturaleza, lo cierto es que este término sirve para indicar la democratización y la incorporación del *net art* a los circuitos convencionales del arte a través de la objetualización de lo hasta ahora intangible. Todos los actos realizados en el mundo *offline* se ven influenciados por los realizados en el *online*, todo recae bajo el acontecimiento postinternet.

No obstante, en la actualidad se sigue utilizando términos que sirven para distinguir entre ambas realidades, un ejemplo cada vez más común es *URL* -que viene a sustituir a *online*- e *IRL* (*In Real*

<sup>6</sup> Marisa Olson, "Arte Postinternet". Traducido por Paloma Checa-Gismero. México: Cocompress, 2014, p. 29.



Katja Novitskova, Pattern of Activation.  
Fotografía de la instalación, 2013.

*Life*), para referirse al tiempo que pasamos *offline*. Personalmente considero este último término (*In Real Life*) carente de sentido, todo lo que ocurre en el ciberespacio tiene repercusiones en la vida del usuario -el receptor de esta información sigue siendo el individuo- y a la vez, todo el contenido publicado en el medio es generado por los propios usuarios por lo que los elementos comunicativos son los mismos. La realidad no es perteneciente al medio sino a la suma de este con los elementos comunicativos, ambos se complementan y forman un todo. Los «prosumidores» documentan la gran parte de su presencia física en las redes sociales, por lo que podríamos hablar del *online* como una capacidad de aumentar la realidad, no de negarla. Me parece adecuado introducir esta breve cita extraída del documental “The pirate bay. AFK”, donde Peter Sunde, uno de los cofundadores de The Pirate Bay<sup>7</sup>, durante una rueda de prensa que dan tras la detención de los fundadores en 2009, dice lo siguiente cuando le preguntan por la relación *IRL -In Real Life-* con sus compañeros: “*We dont like that expression. We say AFK -Away From Keyboard- We think that the Internet is for real*”<sup>8</sup>. Este *slang*<sup>9</sup> de Internet (*AFK*) fue acuñado por *gamers* para referirse a la situación que se da cuando un jugador no está al otro lado del teclado, por decirlo de otra forma, el avatar -completamente dependiente de su usuario- se encuentra estático en el espacio virtual porque su controlador lo abandona temporalmente, por ejemplo cuando el usuario se aparta del teclado para cumplir necesidades básicas como ir al baño o comer. Teniendo en cuenta el acontecimiento *postinternet*, cuando Internet deja de convertirse en una posibilidad, no permanecemos desconectados al realizar tareas ajenas al ciberespacio. *AFK*, por tanto,

<sup>7</sup> The Pirate Bay es una plataforma de intercambio y descarga de archivos. En 2009 sus fundadores fueron condenados a un año y medio de prisión abriendo los debates sobre aspectos jurídicos de intercambio de archivos y derechos de autor.

<sup>8</sup> Simon Klose, “TPB AFK: The Pirate Bay Away From Keyboard”. Nonami. [En línea] 8/02/2015. Disponible en Internet en la dirección: [https://www.youtube.com/watch?v=eTOKXCEwo\\_8](https://www.youtube.com/watch?v=eTOKXCEwo_8), min. 9:46. (Acceso 14/02/2017)

<sup>9</sup> Slang es el registro coloquial de la comunicación en inglés, versa sobre temas cotidianos y suele consistir en la abreviación de palabras.

debería adaptarse para resignificar el momento en el que el usuario de dispositivos tecnológicos decide no contestar a un mensaje, no responder una llamada. Su ciberidentidad permanece estática, o sin aparente actividad, pero su identidad *online* sigue disponible para que otros usuarios interactúen con ella, como si un cuerpo permaneciese expuesto en mitad de la calle de una gran ciudad.

Nuestros dispositivos tecnológicos -como extensiones de nosotros mismos- están cambiando nuestra vida por completo, puede entenderse como un proceso que deshumaniza al sujeto, pero en mi opinión toda evolución tecnológica requiere nuevas formas de pensar. Como ahora veremos, la tecnología ha cambiado las estructuras lingüísticas, ha transformado al ciudadano en un sujeto productor y han aumentado las constantes interacciones globalizadas.

Silas primeras producciones de los «*net* artistas» buscaban reflexionar sobre el propio medio, las corrientes actuales buscan otros enfoques, Internet no es novedad, la mediatización de contenido es lo que interesa ahora al artista, podríamos hablar de un artista mediatizado pero, ¿quién lo no está en una sociedad en la que de los *mass media* infieren en todos los ámbitos de nuestro entorno diario? José Luis Brea anticipó esta tendencia mediática en “no+tv” (2000), dos años después de la creación de Google, cuatro años antes de Facebook y seis antes de YouTube. Esta mediatización vino primero de la mano de la radio y la televisión como primeros *mass media* que fueron incorporados en nuestro entorno de consumo diario y, con el tiempo, se extrapolaron estas dinámicas de funcionamiento a Internet: “[...] que internet se televisice, se someta a las lógicas del medio de comunicación de masas, parece, ciertamente, su más inmediato futuro”<sup>10</sup>. Sin embargo, las tendencias actuales de la televisión parece que buscan rejuvenecer sus estrategias, o bien incorporando acciones *online*, como el *tweet*, *hashtag*, o bien expandiendo sus contenidos hacia el formato web. Las fronteras entre Televisión e Internet ya no están definidas, desde las cadenas de *televisión online* hasta las *smart tv*, el contenido que se muestra

<sup>10</sup> José Luis Brea, “Acción comunicativa, prácticas (post)artísticas y dispositivos neomediales”. Salamanca: Consorcio Salamanca, 2002, p. 127.

en este medio hace referencia continua al ciberespacio. Si el mando a distancia de la *TV* es lo que permite decidir entre diferentes canales, el *click* del ratón es el que te permite acceder a una infinidad enlaces para articular una narración propia. La narratividad de una navegación no es estructurada en base a unas preconfiguraciones, es determinada por los enlaces que se decide abrir y los que se obvia. Por esta razón, el tiempo que permanecemos en Internet se convierte en una mezcla de construcciones de identidad y proyecciones de deseos expresados mediante un *click*.

Para investigar en mayor profundidad estos aspectos culturales me interesa ahora alejarme del concepto postinternet y continuar la investigación desde un término sin trayectoria, sin valores arraigados más allá de los que lleva cada una de las dos palabras que lo forman: Teenternet; Internet adolescente. La diferencia principal que establezco entre el postinternet y el *teenternet* es que, si el postinternet sirve para definir la absorción de este medio en todos los hábitos del día a día, el concepto *teenternet* serviría para concretar en cómo funciona y cómo se estructura la cultura consumada tras el acontecimiento postinternet. Por lo tanto, el postinternet respondería a la fusión de realidades y el *teenternet* a los patrones culturales instaurados en este tipo de sociedad.

Si Internet es la suma de todos los tiempos y todos los espacios, me interesa saber en qué situación temporal del medio se encuentra la sociedad actual. La adolescencia es la estrategia que sirve para situarse en el tiempo actual. Como escribió Jean A. Polly en 1992, “*The Internet never closes*”<sup>11</sup>. Internet permanecerá en constante transformación como todo medio dependiente de los acontecimientos sociales. Pero la asimilación del sujeto y las dinámicas que establecen con éste se están normalizando, los usuarios ya saben controlar el medio a la perfección, son *prouers*<sup>12</sup> que se sienten cómodos en

<sup>11</sup> Jean Armour Polly, “Surfing the Internet: An introduction Version 2.0.2”, s.d., 1992, p. 1.

<sup>12</sup> Un usuario profesional, que conoce los códigos y sabe controlar el medio a la perfección.

entornos informatizados. Este contexto es el que me interesa, para analizar este marco temporal, acuñar este término me ayudará a de construir las relaciones del sujeto con Internet, establecer vínculos y posicionarme desde una tesis personal a través de la investigación de un contexto en constante transformación.

Por tanto, ¿qué es teenternet? El modelo taxonómico tradicional buscaría acotar esta definición, establecer un consenso definitorio y seleccionar unas pocas palabras clave que faciliten la comprensión de su significado, no obstante, como luego veremos, la lógica lingüística está en plena transformación, el significado de cada categoría se compone de múltiples partes que forman un todo. De todos modos, si fuera necesario seleccionar unas proposiciones que indiquen su significado, podríamos resumir el concepto *teenternet* como:

“Palabra compuesta que sirve para indicar los patrones culturales influidos por la asimilación de Internet. Tras la niñez, relacionada con el incremento de usuarios dentro del propio medio, nos situamos en un momento de asimilación y redescubrimiento de los procesos que habitamos. Esta adolescencia -referida al periodo temporal- se entiende en dos direcciones; por un lado, implica mayor complejidad en las estructuras de funcionamiento del medio, y -por el otro- su normalización educa a los usuarios en hábitos que refuerzan la estructura neocapitalista a través de estrategias biopolíticas.

Teenternet funciona entonces mediante estructuras cada vez más definidas, bajo ritmos de producción que reformulan las funciones del sujeto en sociedad potenciando actitudes propias de la «adolescencia capitalista» caracterizada principalmente por el narcisismo y la crisis de identidad.”

Con esto no estoy describiendo a los nativos digitales, aunque es cierto que son los que mejor conocen el Internet puro y los que no parten de una rígida distinción entre sujetos y objetos ni tampoco poseen una perspectiva plenamente historicista. Si bien el año clave para identificar a los nativos digitales es el 1989, que es cuando se data el nacimiento del WWW -*World Wide Web*-, también fue el comienzo de otros acontecimientos importantes como la caída

del muro de Berlín. Los comisarios Simon Castets y Hans Ulrich Obrist tienen un interesante proyecto de comisariado llamado “89plus” con el que pretenden dar voz a la generación de artistas nacida en un entorno plenamente globalizado.

“1989 may have been the year they invented the Internet, but it was also the year of the fall of the Soviet Union, and the intensification of neoliberal capitalism’s project of rampant globalization. For better or worse, these are today still the dominant narratives within our culture, and provide the material for the majority of art.”<sup>13</sup>

No obstante, a pesar de que esta generación no ha tenido alternativa a este modelo social tecnificado, Internet se convirtió en lo que es hoy a través de un largo proceso; en 1992 se publicó la primera imagen en Internet<sup>14</sup>, en 1993 llegaron los primeros servidores a España, en 1998 los primeros pasos de Google y, con la llegada de la web 2.0 en 2003, los usuarios pasaron de ser de mil millones (2005) a más de tres mil millones y medio (2017). No cabe duda de que los primeros ordenadores estaban diseñados para adultos, los sistemas operativos sin interfaz gráfica requerían de conocimientos de programación. Cuando las interfaces eran puramente lingüísticas operaban con lógicas comprensibles por el usuario, las relaciones entre máquina y sujeto se daban mediante sistemas lingüísticos lógicos. Cuando se comercializaron los sistemas operativos gráficos todo se simplificó en disposiciones de iconos basados en la interpretación del usuario y se volvieron capaces de ser manejados incluso por niños. Con el paso a la *web 2.0* ocurre algo similar, Internet cambia por completo, las aplicaciones pasan de ser estáticas a dinámicas e implica directa colaboración con el

usuario. La web se transforma en un espacio en el que los usuarios interactúan y colaboran entre sí, pasan a ser creadores de contenido y miembros a la comunidad virtual.

Para continuar con este argumento, y para verter más información a la constelación definitoria del término *teenternet*, creo fundamental conocer de una manera más profunda nuestra experiencia en primera persona de este proceso. Voy a evitar ahora pronunciarme sobre el aspecto tecnológico para centrarme especialmente en las repercusiones y la permeabilidad que estas narrativas generan en la sociedad.

<sup>13</sup> Harry Burke, Younger than Rihanna, Rizhome.org [En línea] 14/02/2013. Disponible en internet en la dirección: <http://rhizome.org/editorial/2013/feb/14/younger-rihanna> (Acceso 08/02/2017)

<sup>14</sup> La primera imagen publicada en Internet es del grupo de música Les Horribles Cernettes, una banda de música formada por mujeres que trabajaban en el CERN, lugar donde se inventó la World Wide Web.

## 3\_Teenternet

*Hacia una construcción significativa a posteriori*

Las narrativas dominantes en la actualidad no son del todo nuevas, la televisión -al igual que la radio- funciona con distintos canales de emisión. Esta característica de elección es fundamental para establecer el control de la interacción por parte del sujeto. A partir de este dominio del usuario sobre la máquina se establecen las primeras narrativas improvisadas mediante la interacción no prevista de distintos canales que interactúan entre sí, formando una secuencia narrativa. Así podríamos hablar del *zapping* como un proceso creativo que elabora narrativas de bajo nivel, pero de gran interacción.

El acontecimiento *zapping* -y su popularización- instauró globalmente la idea de la interacción como proceso creativo de construcción de narrativas. Todas estas alteraciones en el contenido proporcionado por el medio son muy representativas de lo que acontece; la cultura del *remix* que genera procesos creativos a través de la combinación o edición de contenidos. Nicolás Bourriaud apoya esta cultura de remezcla a través de la postproducción. La sociedad es un entorno cuya regla es la producción y ve en la cultura del *deejaying* el comienzo de la manera adecuada para utilizar esta producción y revertirla a través de la apropiación y la postproducción:

“En nuestra vida cotidiana, el intersticio que separa a la producción del consumo se achica día a día. Podemos producir una obra musical sin saber tocar una sola nota de música, [...] El *zapping* es también una producción, la producción tímida del tiempo alienado del ocio: con el dedo en el botón se construye una programación. Pronto el *Do it yourself* alcanzará a todas las capas de la producción cultural.”<sup>15</sup>

De esta forma, Bourriaud anticipa la transformación del consumidor en productor y su búsqueda por la customización de su entorno visible. En la actualidad, el tiempo que permanecemos con medios digitales y -en concreto- navegando en Internet, se traduce en una mezcla de nuestras inquietudes profundas y autodefiniciones del yo proyectadas hacia la sociedad. La navegación es una constante narrativa improvisada, es -como después añade Bourriaud- una “construcción de recorridos dentro de los flujos existentes; producir servicios, itinerarios, en el interior de los protocolos culturales.”<sup>16</sup> El entorno se muestra alrededor del sujeto, que está en continua interacción con él, a través del *click* u otras acciones genera estímulos en los entornos presentados, estos responden mediante situaciones en la que el sujeto participa e interviene a través de respuestas

<sup>15</sup> Nicolas Bourriaud, “Post producción. La cultura como escenario: modos en que el arte reprograma el mundo contemporáneo”. Traducción de Silvio Mattoni. Buenos Aires: Adriana Hidalgo editora, 2004, p. 44 – 45.

<sup>16</sup> *Ibid.*, p. 105.

positivas o negativas, construyendo mundos de significados para el usuario.

## 3.1\_Cyberghetto. Significación de entornos

El sujeto construye su mundo en base a la significación que atribuye a las entidades de su entorno<sup>17</sup>. Internet se identifica como un proceso de cognición e intercambio recíproco entre entorno y sujeto, pero la máquina funciona mediante un sistema heteropoiético que convierte la realidad en símbolos interpretables por el sujeto. El objeto inanimado no responde por sus propias convenciones, rescata y reorganiza información de su archivo para presentarlo como respuesta. Todos estos algoritmos de respuesta son el resultado de continuas actualizaciones de las plataformas realizadas en base a estudios de comportamiento del usuario.

No es un secreto que estas multinacionales utilizan el contenido publicado por el usuario para generar estudios de mercado, observar su comportamiento o revender información personal a terceras empresas. El sujeto es estudiado siguiendo unas variables y categorizado en base a su interacción, el sujeto es el que al publicar contenido en estas plataformas facilita información personal a terceras personas, este genera el contenido y al mismo tiempo refuerza la estructura que lo maneja y lo organiza.

Al margen del provecho que obtengan estas empresas de nuestra información, su papel habitual es el de generar orden en la sociedad que coloniza su estructura para así garantizar su correcto

<sup>17</sup> Cf. Francisco Varela, “Organism: A meshwork of selfless selves,” en *Organism and the Origin of Self*, ed. A. Tauber Dordrecht: Kluwer, 1991, p. 79–107.

funcionamiento, generar dependencia en el usuario y asegurar la estabilidad de la plataforma. El sujeto se convierte en un prosumidor que marca el paso a un sistema uniformado y customizado, pasa a ser el producto que vende la plataforma y el reclamo hacia otros usuarios; todos sus actos tienen repercusión directa con sus seguidores.

Antes de continuar, me parece necesario introducir el término *cyberghetto*, acuñado por primera vez en 1996 en el libro: *Cyberghetto or Cybertopia?: Race, class and gender* (1998). Bosah Ebo estudia las relaciones sociales que se establecen dentro del ciberespacio y cómo afecta este medio a problemas de género, raza y clase. Ebo se refiere a cómo se estructuran las comunidades marginales que se desarrollan en este espacio. Sus cuestiones se centran especialmente en si las clases dominantes tradicionales de la sociedad se darán de igual forma dentro del ciberespacio, “*Will the internet create a cybertopia or will it exacerbate class divisions by creating a cyberghetto?*”<sup>18</sup>

Si en los años 90 el net artista y las teorías que lo contextualizan se obsesionaban con conocer la verdad del medio y apoyar sus capacidades emancipatorias, las corrientes anteriores relacionadas con el *cyberpunk* -y en la actualidad queda patente- se da por perdida la lucha, Internet es un campo de batalla entre grandes empresas que se reparten las funciones como si se tratase de un tratado de reparto territorial.

Han pasado 20 años desde que surgieron estas preguntas, por lo que podríamos decir que este término *cyberghetto* se adapta para redefinir nuevas problemáticas sociales en el medio. Se utiliza aquí el término *cyberghetto* para referirse a la determinación contextual ejercida por el algoritmo de cada red social. Los entornos planteados al usuario siempre responden a la suma de las acciones anteriores, es decir, la navegación individual se articula mediante el binomio de la interacción (*click*) y la no interacción. Estos sistemas de construcción de entornos no sólo estrechan nuestro rango visible, sino que la

<sup>18</sup> Bosah Louis Ebo, “Cyberghetto or Cybertopia? Race, class, and gender on the Internet.” Westport, CT: Praeger, 1998, p. 9.

suma de estas acciones almacenadas define una clase, raza y género.

El uso de Internet y los dispositivos tecnológicos se ha democratizado por la disminución de precios producidos por la competencia neocapitalista, ahora bien, ¿podríamos decir que las estructuras con las que funciona Internet no generan espacios marginales? Si la interacción en red se da a través de respuestas positivas o negativas -de inclusión o exclusión- toda acción durante una navegación web excluye otras posibles respuestas, otros contenidos y por consiguiente delimita el entorno del usuario hacia lo relacionado con su campo de interés, es el usuario quien a través de su selección e interacción con el contenido genera sus propios círculos y, al posicionarse en un grupo, discrimina los contenidos de los opuestos. Se ha generado una sociedad que responde perfectamente a la estética relacional de Bourriaud, el sujeto produce en base a las relaciones humanas o su contexto social y, por otro lado, las relaciones entre creador y producción se encuentran en continua retroalimentación.

Una de las funciones incluidas en las redes sociales es la de realizar sugerencias en base a los gustos del usuario, lo que ha visto recientemente o lo que le interesa. Este aspecto me parece fundamental para comprender nuestro espacio personal en línea, dónde se sitúa, el entorno que está a nuestro alcance y hacernos conscientes de nuestra pertenencia a micro comunidades continuamente cambiantes. Por tanto, podemos hablar de la red social Facebook como un algoritmo generador de *cyberghettos* modulables en donde nuestro entorno *online* cotidiano se configura dentro de un contexto personal construido en relación a los usuarios que hemos decidido seguir -*Followers*- y por cómo nos desenvolvemos por este espacio (por cómo navegamos). Cuando el usuario publica un contenido en red, éste queda accesible para el público, no obstante, su circulación se somete al juicio de su propio *cyberghetto*, que, a través del *like* -o la intervención que realicen- pueden generar difusión externalizando el contenido fuera del circuito inicial y alargando el recorrido de la idea presentada.

Pongamos en relación la estructura a la que se somete este contenido con la tesis que plantea Michael Warner para el MACBA



en “Públicos y contrapúblicos”. Basándonos en esta relación podemos hablar de una división en dos tipos de públicos a los que pertenece el usuario, su público -sometido a su alcance primario y ligado a su *cyberghetto*- y el público, sometido a las leyes de la viralidad y la propagación externa al entorno del usuario creador. El mensaje existe sólo en virtud de destinatario, el contenido publicado espera una respuesta, una interacción, una valoración que lo reafirme<sup>19</sup>. Hablar, escribir y opinar nos implican en un público, no obstante, uno puede pertenecer simultáneamente a varios públicos dependiendo sus intereses, quizá por ello considero más necesario indagar en los que genera cada individuo y en cómo se expanden. El público no es audiencia, el público exige una mínima interacción con el emisor o con su mensaje, no obstante, al final todo se resume en mayor público, mayor capacidad comunicativa. La viralidad siempre depende de los criterios de codificación y decodificación de los participantes, el mensaje se somete a la práctica discursiva de cada sujeto y elabora el verdadero mensaje. Por tanto, podemos hablar de contenido a nivel usuario que alcanza sus niveles máximos de difusión a través de la viralidad -o la aceleración-, pero lo cierto es que la gran parte de contenidos generados por los usuarios nacen «muertos» o son de movilidad reducida. Al aumentar drásticamente el número de emisores se genera un efecto rebote, la descentralización de la información imagina infinitos contextos de una misma situación. Este factor puede alterar la percepción de realidad colectiva a favor de una realidad infinita en la que las palabras abren su significado hacia contextos cuasi infinitos.

Esta democratización del medio hace que la propagación de ideas individuales descentralizadas se vea desbordada por la masificación de su contexto y se desmitifique la idea de *cybertopía* como gran ecualizador mundial. La ruptura con la centralización de la información arraigada de los medios tradicionales como la radio, el periódico y la televisión, ha provocado esta sobreexposición a contenidos no verificados que repercute de manera directa en la

<sup>19</sup> Cf. Michael Warner, “Públicos y contrapúblicos”. Barcelona: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, 2008.

pasividad que refleja el receptor y la desconfianza que muestra ante estos mensajes.

Recientemente, la red social Facebook ha anunciado su lucha indiscriminada contra las noticias falsas. Según la plataforma, no puede permitir que la viralidad de noticias falsas condicione sucesos de gran relevancia social como las elecciones norteamericanas. Según recientes estudios, la elección de Donald Trump fue condicionada -en gran medida- por la repercusión que tuvieron noticias falsas sobre Hillary Clinton que sobrepasaron en audiencia a las informaciones contrastadas de periódicos como el New York Times, la NBC o The Washington Post<sup>20</sup>. Por esta razón Facebook va a colaborar con asociaciones dedicadas a corroborar la veracidad de noticias y a censurar -aunque estas no sean sus palabras- el contenido que considere inapropiado. Este tipo de regresiones en la libertad del usuario en red llega después de la confianza adquirida durante largos años. A pesar de que el contenido de Internet se percibe con una falsa apariencia, la confianza del usuario en el medio se vio sometida por el proceso de normalización de la compra de productos por Internet que se ha dado hasta la actualidad. Si a comienzos de la *World Wide Web* no era habitual hacer compras por Internet debido al miedo a la estafa, según el Consejo Económico y Social (CES), en 2016 el 70% de los internautas en España realizan compras *online*. No obstante, ahora no creo necesario indagar en el análisis del triunfo del e-comercio, así como en el papel de los principales proveedores como Amazon o Alibaba.

Volviendo al tema que nos atañe, resulta característica la relación que se establece entre veracidad y centralización, queda patente al observar el triunfo de las plataformas especializadas sobre las que publican contenido dispar. Las plataformas especializadas son las que mayor difusión consiguen, establecen sus tiempos,

<sup>20</sup> Rodrigo Terrasa, Por qué Facebook pudo decidir la victoria de Donald Trump. El Mundo, 2017. [En línea]. Disponible en Internet en la dirección: <http://www.elmundo.es/tecnologia/2016/11/19/582f4726468aeb89308b457d.html> (Acceso 05/03/2017)

su funcionamiento y -al elaborar su propio espacio- resultan más fiables para los usuarios debido a que tienen apariencia de gran compañía. Chris Anderson, un estudioso de Internet, formuló hace unos años lo que se conoce como la teoría de la cola larga (*long tail theory*). Tras analizar estadísticamente las audiencias de las páginas y de los blogs de Internet, el resultado fue una gráfica curva que refleja un dato interesante. Existe un número muy reducido de *webs* que tienen grandes niveles de audiencia (una gran concentración de las audiencias). Por esta razón es común que la audiencia funcione en grupos grandes en lugar de potenciar los sectores minoritarios. El fenómeno conocido como *mainstream* se retroalimenta con las visualizaciones del público que, a su vez, popularizan lo reproducido a través de distintos algoritmos potenciados por la red. El *mainstream*, o lo ampliamente difundido, se refiere al contenido popular, que gran parte del público conoce y son comúnmente difundidos por los *mass media*. Éstas *webs* mayoritarias vendrían a reemplazar el funcionamiento de los periódicos, revistas, o programas de televisión que podrían identificarse en mayor medida con los medios calientes que plantea McLuhan en su teoría de los medios. En esta teoría defiende la categorización de los medios de comunicación hacia dos direcciones; los medios calientes, rebosantes de información -o con gran definición de mensaje- que, debido a la direccionalidad lineal de su contenido, genera menos participación en el usuario (el periódico o la televisión) y los medios fríos, aquellos medios de baja definición que, al otorgar menos información, crean la necesidad de participación sobre el usuario, el receptor necesita completar el mensaje a través de una alta interacción. Esta teoría presentada en “*Understanding Media: The extensions of man*” (1964) tiene ya más de cincuenta años, es normal que desde la actualidad sus lecturas puedan someterse a criterios contemporáneos, no obstante, si Marshall estuviera en lo cierto, ¿qué tipo de medio corresponde a los medios de comunicación actuales? Creo que la respuesta se encuentra entre ambas categorías, Internet posee gran definición de mensaje, pero a la vez funciona mediante continua interacción con el sujeto. El mensaje de la tecnología es el cambio de escala, de ritmo o patrones

que se introduce en la sociedad, no obstante, esto no es bueno ni malo para la sociedad, ello depende del uso que haga de él. McLuhan introduce una cita relevante de David Sarnoff para entender este aspecto: “*We are too prone to make technological instruments the scapegoats for the sins of those who wield them. The products of modern science are not in themselves good or bad; it is the way they are used that determines their value.*”<sup>21</sup>. Se pasa por alto la naturaleza del medio ya que es independiente de los usos que recaigan sobre él. El medio (Internet) es el mensaje como indicaba McLuhan, ahora bien, ¿cómo influye en el sujeto la manipulación continua de estos mensajes?

A pesar de que Internet se estructura mediante lenguajes no tangibles, el contenido almacenado en este medio funciona como equivalente de lo terrestre. Todo acontecimiento, objeto o suceso digno de ocurrir, posee su representación fantasmagórica en el espacio digital o ha sido potenciado por lo sucedido en este.

Esta realidad, entre muchas otras, fueron anticipadas por la ciencia ficción como el género por excelencia dedicado a especular sobre futuros tecnocientíficos en un presente previo a la capacidad tecnológica requerida para el propio relato. H.G Wells es una de las grandes influencias del diseño prospectivo ligado a las capacidades tecnológicas. Internet es el ejemplo claro de consumación de gran parte de estos relatos, se puede relacionar con los títulos de algunas de sus novelas más importantes: “*The time machine* (1895)” -superposición de temporalidades- “*The invisible man* (1897)” -pérdida de la identidad- o “*World Brain* (1938)” -donde todo el conocimiento de la existencia es almacenado en un mismo lugar-.

Es bien sabido que Google, como compañía más extendida en Internet, es la mayor empresa inversora en la consumación y control de estos futuros distópicos. Google surgió con un objetivo claro, convertirse en el «gran cerebro del mundo», realizar un registro eficiente de todo el conocimiento humano, es decir, de todo lo aprendido y recopilado en la historia más la suma de todo lo que es o ha sido publicado en tiempo real. Una prueba de su

<sup>21</sup> Marshall McLuhan, “*Understanding Media, The extensions of man*”, London y Nueva York: Routledge, 1964, p. 13.

afán por el control de la información se dio en el año 2002, Google comenzó su proyecto más ambicioso; digitalizar todos los libros del mundo y convertirse en «la biblioteca del saber mundial». Para este ambicioso objetivo contactó con las bibliotecas más importantes del mundo, desde la universidad de Oxford, hasta Harvard pasando por conventos religiosos aislados de la civilización. Google se dirigió a cada una de estas bibliotecas ofreciendo la digitalización de todos los libros de manera gratuita. Los directores aceptaron el acuerdo en pro de compartir con todo el mundo la riqueza intelectual hasta ahora accesible solo para unos pocos. La biblioteca de Harvard fue la primera en aceptar y más tarde se sumaron otras bibliotecas importantes. A partir de este momento comenzaría una expansión sin precedentes del control de la información por parte de empresas privadas. Convirtiéndose Google en la empresa que más información personal tiene sobre los usuarios. A través de una gran red constituida por distintas plataformas como Google Maps (geolocalización) Google Chrome (contenidos visitados) y redes sociales adquiridas como es el caso de Youtube, la empresa pasaría a ser fundamental en el control de la información a través de la obtención de datos y algoritmos diseñados para construir entornos individuales eficientes.

## 3.2\_Biopolítica *teen*

En este contexto me parece necesario indagar en las estrategias biopolíticas que son utilizadas por parte de estas empresas para regular los comportamientos y resituar al usuario en entornos confortables. En la mayoría de los casos persiguiendo una lógica comercial, pero en otras, utilizando Internet y sus estructuras de funcionamiento como una forma de meditación que infiere en la ansiedad y la huida de los ritmos implantados. La biopolítica es entendida aquí como la producción de modelos de vivir, algo inseparable de las políticas actuales. Desde este contexto prolifera un modelo de vida gamificada basada en participación, sociopatía y

voyerismo 24/7.

### 3.2.1 Meditación e Internetamine

Según su definición, la meditación es una práctica en la cual el individuo entrena la mente o se induce un modo de conciencia para desconectar de su propia corporeidad. La meditación tradicionalmente se entiende como una estrategia para alcanzar la concentración e implica un esfuerzo interno para autorregular la mente.

El tiempo, desde el origen del reloj, ha sido una estrategia de poder. Estas manipulaciones de los ritmos sociales por parte de la clase dominante alienan al ciudadano y lo vuelven partícipe de su estructura de poder. El tiempo es enmascarado bajo la lógica del progreso y el triunfo personal, por lo que el sujeto debe cumplir con los ritmos establecidos para no sentirse desplazado de su entorno social. Por esto mismo, la meditación puede ser una estrategia muy válida para retornar los ritmos naturales, especialmente en sociedades desarrolladas donde el tiempo personal de cada individuo se atomiza en fragmentos temporales constituidos principalmente por los horarios de producción laboral, los ritmos de consumo y las construcciones sociales ligadas al uso del tiempo como -por ejemplo- los periodos de sueño.<sup>22</sup>

No obstante, me parece más interesante indagar en las meditaciones establecidas por la cultura actual. Con el concepto

---

<sup>22</sup> Hasta el siglo XVII era normal dormir dos veces al día durante dos sesiones de cuatro horas, es en 1920 cuando desaparece por completo esta costumbre debido, entre otras cosas, al alumbrado público.

meditación<sup>23</sup> me refiero a las prácticas puramente mentales y contemplativas que facilitan alejarse de la fisicidad del cuerpo para, subjetivamente, generar nuevos ritmos psicológicos. En la actualidad, la gamificación del tiempo es evidente. Al igual que el reloj establece los ritmos de operación, el espectáculo y la gamificación del tiempo libre es la alternativa de poder que ofrece la sociedad semicapitalista. Con esto no solo se regulan los ritmos laborales, también se atomiza el tiempo libre y se fomenta la individualidad mediante distintos avances tecnológicos como el cine, la televisión o Internet. Estos medios tecnológicos se caracterizan por tener una misma estrategia: La creación de narrativas que fortalezcan la producción capitalista y los ritmos líquidos.

Con esta «meditación asistida» el tiempo personal se fusiona con el tiempo laboral, el sistema se refuerza y el sujeto pierde el control temporal psicológico. La televisión -como herramienta de control temporal más extendida- reproduce otras concepciones del tiempo, las narraciones son representadas en ritmos antinaturales, por lo que la secuencialidad del tiempo es completamente artificial a favor de la fluidez del espectáculo.

El tiempo puede dividirse -a grandes rasgos- en dos partes, la ligada a los ritmos naturales -cuerpo, períodos lunares o mareas- y los tiempos psicológicos -dependientes de la subjetividad del sujeto-. Por lo tanto, se genera una clara confrontación de tiempos, por un lado, están los cronológicos y por el otro, los psicológicos (referidos al registro interno y registro externo que realiza el sujeto). Según este planteamiento, el tiempo se configura por el uso y por la percepción, o, mejor dicho: de manera táctil y de manera visual. El cine es un claro ejemplo de esta doctrina de la percepción utilizada para entretener a las masas agobiadas por el tiempo y consumidas por las preocupaciones del sistema laboral. En este artefacto narrativo, al igual que otros, genera dos tiempos, los naturales (táctiles), establecidos por la velocidad de secuencia de

<sup>23</sup> Según su etimología, la palabra meditación proviene del latín *meditatio*, que originalmente indica un tipo de ejercicio intelectual o incluso el propio estado de concentración.

los fotogramas, y los artificiales (visuales), en los que la narración inscrita en los fotogramas instaure sus propios tiempos.

Esta dicotomía puede resultar familiar a la teoría de los medios de Marshall McLuhan citada anteriormente. Como hemos visto, se refiere a la radio como un medio frío en el que el receptor necesita completar la información percibida, mientras que los medios calientes son utilizados para designar los dispositivos donde la interacción del receptor es reducida (TV). En el caso de la radio, los oyentes pueden realizar otras acciones en el momento que perciben el mensaje, mientras que con los dispositivos visuales necesitan de la contemplación y por consiguiente reducen la posibilidad de realizar tareas ajenas. La principal diferencia entre Internet y la televisión, es que la primera permite controlar los ritmos de visualización y articular narrativas propias a través de lo hipermedia, mientras que la televisión o el cine ofrecen una narrativa predeterminada y por tanto establece una temporalidad más definida.

En una sociedad acostumbrada a vivir en tiempos psicológicos, es normal sentirse aturdido, el cambio de ritmos y narrativas entrelazadas queda normalizado por el semicapitalismo. Virilio se refiere a la velocidad como una relación entre fenómenos, un «vehículo» que nos une entre dos puntos o acontecimientos. Defiende que «la televisión y los multimedia destruyen los planos aproximados en el tiempo y en el espacio [...] Por tanto, la velocidad permite ver el mundo de otra manera»<sup>24</sup>. Virilio va más allá y afirma que «Las cosas existirán más cuanto más desaparezcan.»<sup>25</sup>, este aspecto recuerda a las narrativas dominantes en la sociedad actual, donde la aceleración responde siempre a la categoría de lo nuevo y donde el presente reduce su lapso temporal debido a la superposición de acontecimientos -no solamente históricos, también acontecimientos sociales- presentados en las redes sociales a modo de imágenes virales, *memes*, publicaciones, o fenómenos

<sup>24</sup> Paul Virilio, «El Ciber mundo, la política de lo peor». Entrevista con Philippe Petit, traducción de Mónica Poole. Madrid: Ed Catedra. 1997, p. 24.

<sup>25</sup> *Ibid.*, p. 25.

participativos. La constante estimulación de la percepción causa una pérdida de forma, es decir, se percibe demasiada información por lo que no se digiere y condiciona la concentración en otros entornos. Algunos ejemplos de esta atomización de los ritmos humanos son la incapacidad de espera, la dependencia, la fragmentación de tiempos, la pérdida de memoria o los trastornos por déficit de atención.

En “La sociedad del espectáculo”, Guy Debord se antepone esquemáticamente a la gran parte de comportamientos y estructuras que dominan nuestra sociedad contemporánea. A través de sus nueve capítulos y sus 221 tesis, trata de definir la totalidad del marco social en el que vivimos. La tesis que se presenta a continuación ayuda a comprender perfectamente la desorientación de los espectadores y el cambio de ritmos generado por la representación:

“La alienación del espectador en beneficio del objeto contemplado (que es el resultado de su propia actividad inconsciente) se expresa así: cuanto más contempla menos vive; cuanto más acepta reconocerse en las imágenes dominantes de la necesidad menos comprende su propia existencia y su propio deseo. La exterioridad del espectáculo respecto del hombre activo se manifiesta en que sus propios gestos ya no son suyos, sino de otro que lo representa. Por eso el espectador no encuentra su lugar en ninguna parte, porque el espectáculo está en todas.”<sup>26</sup>

Ahora bien, podríamos considerar Internet -junto a la televisión- el vehículo narrativo más popularizado en sociedad actual. Este medio existe únicamente a favor de la representación, todo lo ocurrido en el plano físico -y lo que no- es apto para su distribución y modificación en el plano intangible.

Dentro de la cultura especializada en Internet, existe un término utilizado para referirse a la descompensación de ritmos entre cuerpo y mente producidos por la conexión a Internet. El concepto *Internetamine* indica el momento en el que el sujeto se vuelve puramente contemplativo -e incluso puede llegar a abstraer

<sup>26</sup> Guy Debord, “La sociedad del espectáculo”. Chile: Ediciones naufragio, 1995, p. 18.

su propia corporeidad- para lograr mayor concentración, utilizando especialmente el medio audiovisual. Las acciones en red son puramente contemplativas, si bien los controladores o interfaces son manejadas mediante acciones físicas como el *click* o el deslizamiento de la mano, siempre son controlados mediante movimientos repetitivos y de movilidad reducida, por lo que la acción es normalmente pasiva. Durante la conexión a Internet se producen distintos fenómenos, los ritmos marcados por la naturaleza son casi neutralizados, no solo por la artificialidad de máquina -sino también- debido a que la propia constitución de Internet responde a la suma de temporalidades y territorialidades -responden a las lógicas de la sociedad globalizada- y por tanto no funciona mediante narrativas lógicas. No obstante, es imposible escapar de los ritmos naturales, las narraciones siempre responden a la linealidad del tiempo, con lo cual, sin tiempo táctil no existe narración. Internet configura sus propios ritmos a través de los tiempos establecidos por los usuarios. Al igual que en el cine, la temporalidad no sólo se constituye por la recepción visual, el sujeto no puede desprenderse de su materialidad ni de su recepción táctil, por lo que pueden interrumpir la narrativa factores externos a los propuestos por el dispositivo.

La narrativa *zombie* de Internet -enlaces, secuencialidad, contingencia- también rompe las lógicas naturales. La navegación en red se convierte en una suma de secuencias inacabadas, si cómo de un eterno *zapping* se tratara, la atomización de las narraciones, y el ensamblaje de estas, está presente durante cualquier tipo de navegación *online*. Por esta razón, la generación de narrativas en línea se convierte en un modo de postproducción o comisariado basado en la contingencia, pero con un alto grado de potencialidad relacional. Más tarde retomaremos este tema para intentar lograr una aproximación al lectoarte y a la importancia de la interpretación en narrativas hipermedia.

En conclusión, volviendo a lo llamado *internetamine*, podríamos decir que no es otra cosa que el efecto de una estrategia de adoctrinación que aúna los protocolos de manipulación de las anteriores revoluciones tecnológicas como el reloj, el periódico, el cine,

la televisión o la radio. La sustitución de acción por contemplación parece una estrategia perfecta para evitar revoluciones sociales y aumentar la dependencia al sistema. Esta aceleración de la vida está presente en todos los marcos actuales y parece imposible predecir el fin de esta artificialidad y atomización de lo humano que es eficaz en dos direcciones: fortalece la estructura y fomenta la pasividad del sujeto.

Hay que tener en cuenta que el tiempo psicológico está siempre relacionado con el que acontece al cuerpo. Por ello, el aturdimiento y la pérdida de percepción de los ritmos naturales es la mejor manera de control sobre las horas de ocio. Voy a realizar un barrido por algunas de las múltiples formas de gamificación o ludificación del tiempo cotidianas en la actualidad y los vínculos observables con la idea de adolescencia prolongada.

## 3.2.2\_ Gamificación y procrastinación

Como hemos visto, el control del tiempo se da en dos direcciones, mediante el trabajo y mediante el ocio. Si el primero responde a la producción de bienes materiales, el segundo (ocio) es el tiempo acondicionado para consumir esos bienes. Este funcionamiento viene desde principios del sistema capitalista, pero me interesa especialmente los relacionados con la tecnología y como esta es utilizada para potenciar la gamificación del tiempo.

Con gamificación del tiempo me refiero al hecho de volver del tiempo un juego, utilizar el ocio como si se tratara de la *internetamine* a la que nos referíamos anteriormente.

Parece ser que la estrategia biopolítica clave del «Estado Internet» es la perpetuidad de los comportamientos adolescentes a través de la continua segregación de dopamina que garantice la satisfacción completa del sujeto y su adecuación a las exigencias de

la sociedad. Con el término biopolítica me refiero al conjunto de saberes y técnicas que convierten la capacidad biológica de los seres humanos en el medio por el cual el Estado alcanza sus objetivos. Como si se tratase de un seguro médico, de una ayuda económica o una beca para continuar los estudios, el estado aboga por el bien del ciudadano con el objetivo de perpetuar su poder. Frente al cuerpo dado al nacer, el individuo tiene ahora la posibilidad de construir una representación más perfecta de sí mismo a través del sistema económico que le propone ritmos y conocimientos técnicos adecuables a su producción laboral.

Si profundizamos en el estudio de los aspectos sociales normalizados en Internet nos damos cuenta que todos tienen un común denominador: la segregación de dopamina. La dopamina es un neurotransmisor que tiene múltiples funciones en nuestro cerebro, actúa como regulador del comportamiento, de la cognición, de la actividad motora y de la motivación. Esta sustancia es generada por el propio cuerpo, no obstante, fue sintetizada en 1910 por los biólogos ingleses George Barger y James Ewens. A pesar de la amplia tradición que une este neurotransmisor con el placer y el estado relajado se ha demostrado que es esencial en la gran parte de procesos neuronales encargados de las emociones y de la cognición, siendo especialmente importantes en tareas de aprendizaje.

Considero la relevancia de esta sustancia en la actualidad debido a que su principal función es reducir el estrés. En los ritmos 24/7 de la sociedad contemporánea estamos regulando continuamente nuestros neurotransmisores, por lo que voy a establecer relaciones entre aspectos cotidianos y la forma de regular nuestro comportamiento a través de esta sustancia.

Antes de comenzar este análisis voy a introducir un término necesario para englobar estos procesos dados en la estructura social: La gamificación o ludificación del tiempo. Este término proviene del mundo empresarial, se basa en la incorporación de elementos de los juegos y competición en entornos no lúdicos. Con esta estrategia, las

empresas favorecen la motivación e implicación de los trabajadores. Esto funciona como derivado de las teorías psicológicas que apoyan el condicionamiento operante, compuesto de reforzadores positivos (recompensas) y refuerzos negativos (castigos). En este contexto, el refuerzo positivo tradicional sería un ascenso, mientras que el negativo; el despido. No obstante, con la gamificación del entorno laboral se introducen una infinidad de refuerzos nuevos como pueden ser; la figura del empleado del mes, la comisión por ventas o el descanso para el café o cigarrillo. En el caso de estos últimos, no sólo sirve para reestablecer los ritmos de producción, sino que además refuerza la idea de comunidad en la que los compañeros dejan de ser mecanizados para ser tratados como sujetos sociales.

La gamificación del tiempo como estrategia biopolítica no sólo se da en el entorno laboral, también trata de extrapolar este modelo hacia los clientes. Parece ser que las primeras empresas en utilizar esta técnica de ludificación o gamificación para la fidelización de clientes fueron las aerolíneas, implementando sus programas de viajeros frecuentes a través del cual podían canjear viajes por puntos con los que adquirir ciertos premios o regalos. Desde entonces, empresas pertenecientes a diversos ámbitos han utilizado este sistema de puntos para conseguir que los clientes vuelvan a comprar en ellas, ejemplo de esto son los supermercados, gasolineras, periódicos (con los cupones y puntos) o incluso los bancos (con los regalos por domiciliar la nómina). No obstante, considero las técnicas de gamificación efectivas desde tiempos lejanos, prueba de ello es la lotería del estado, que tiene su origen en la dinastía china de Han de entre 205 y 187 a. C. Estas loterías de billetes Keno ayudaron a financiar la construcción de la gran muralla china. A través de este sistema se convertía la recaudación estatal en un exitoso juego del que todos los ciudadanos querían participar. La gamificación se entiende aquí como la transformación de todos los aspectos de la vida en un juego capitalizado.

Desde los primeros juguetes se reforzaba, desde las edades más tempranas, la degradación del ser en tener y el jugar -o poseer ciertos juguetes- en un indicativo de popularidad o incluso determinantes

para permanecer a ciertos grupos sociales. Esta idea propagada por la publicidad en los niños es la misma que se potencia en la edad adulta, por ejemplo, la marca del coche que conduce una persona la enmarca en una clase social. Ahora bien, si con los juguetes de los niños se consiguió implicar al sector joven en la idea de reforzar la estructura capitalista, veremos que existe un proceso palpable de fomentar la perpetuidad de estos juegos –en un principio orientados hacia los niños- hasta edades adultas. Con esto quiero decir que la mayoría de juegos actuales no están orientados únicamente hacia los niños, sino que se expanden hasta la edad adulta. Si en la mayoría de juegos tradicionales quedaba claro que pertenecían a un intervalo de edad muy joven –en ocasiones llegaban incluso a ser preparatorios para la adultez como los *Action Man*, las *Barbies* o los coches en miniatura- en la actualidad encontramos juegos orientados específicamente para mayores de dieciocho años.

Bajo mi propia reflexión, en los videojuegos encontramos una de las herramientas idóneas para perpetuar esta gamificación del tiempo y refugiar nuestros deseos en la procrastinación. Desde el primer videojuego (Pong, 1970) o las primeras videoconsolas en llegar a los hogares (Atari, Sega o NES) se instauró un nuevo tipo de mercado tecnológico dirigido a edades jóvenes y –más adelante- en proceso de extensión de edad. En la actualidad, la gran mayoría del sector joven o adulto que ha crecido con estas videoconsolas en sus hogares, continúa jugando a videojuegos.

Los videojuegos pueden verse como una manera de huir de la realidad y una forma de inmadurez a través de la cual se busca evadir responsabilidades impuestas por el ideal social, perpetuando así la figura de la niñez. El sujeto se refugia en la procrastinación para combatir ansiedades generadas por tareas pendientes que se posponen por resultar tediosas o aburridas, en otras palabras, tareas que resultan estresantes con lo cual se auto justifica el aplazamiento del deber en pro de obtener placer rápido mediante acciones banales.

Con la popularización de Internet, el sistema de gamificación a través de los videojuegos se refuerza. Según datos del 2015 el 40%

de la población española juega a videojuegos, siendo el ordenador la plataforma más elegida en la actualidad, tanto es así que cada vez son más populares los torneos retransmitidos. Se ha generado una industria del entretenimiento, ya no sólo jugando, sino visualizando como juegan otros al mayor estilo futbolístico. Los *eSports* (*Electronic-Sports*) son una forma de competición actual que consiste en enfrentamientos por equipos mediados a través de la interfaz del ordenador y de un videojuego específico. La popularidad de estos deportes aumenta con los años, así es que se ha convertido en uno de los deportes más vistos del año 2016. Superando a la vuelta ciclista a España o la *Europa League*. A pesar de parecer que los espectadores son adolescentes, las agencias reflejan que los consumidores de *eSports* son en un 71 por ciento hombres, con edades comprendidas entre los 21 y los 35 años, y que el promedio se ubica en los 26 años. La idea de adolescencia extendida queda patente con esta estadística<sup>27</sup> y refleja el rejuvenecimiento y confrontación con las anteriores generaciones.

Si hablamos de la prolongación de comportamientos reminiscentes de la adolescencia y la confrontación generacional, deberíamos hablar también del fenómeno *youtuber* y lo que ello implica a niveles sociales. YouTube no solo es un espacio donde publicar videos, es el lugar perfecto para la conversión del ciudadano en interprete y el *Do It Yourself* como escenificación de los ideales de vida democráticos.

YouTube es una empresa creada en 2006 y comprada ese mismo año por la multinacional Google. Su función reside principalmente en generar un canal de comunicación, si el formato web facilitaba el intercambio de contenidos a través del texto e imagen, YouTube se convierte en el repositorio y buscador de videos generados por usuarios. Puede resultar algo poco relevante, pero, prueba de la revolución que supuso en su momento, es la portada de la revista *Time* de ese mismo año. Con una portada rompedora, la revista

<sup>27</sup> Cf. Victor Ayora, "eSports", *La alta audiencia de los eSports*, Sportyou, 2017. [En línea]. Disponible en Internet en la dirección: <https://www.sportyou.es/noticias/espectadores-esports-mayores-682085> (Acceso 23/04/2017)

*Time* otorgaba el premio a persona del año a través de una pantalla de ordenador en la que se entrevé la interfaz de YouTube y la palabra "You" acompañado de la frase "Yes, you. You control the Information Age, Welcome to your world"<sup>28</sup>. Con esta portada se buscaba destacar la importancia de los internautas a la hora de fundar y proclamar la nueva democracia digital. Además, se considera que este es el momento en el que nosotros -los individuos- adquirimos un mayor poder para expresarnos, como si del inicio de una democracia se tratase. A partir de este momento, este medio comienza a ser utilizado para la difusión de todo tipo de audiovisuales, desde videos de cantautores hasta políticos pasando por video tutoriales. Con esta utópica democratización de Internet, se abren nuevos ideales y se refuerza una idea cercana al *American dream*, el cual se refiere a los ideales que posibilitan lograr una prosperidad social a través del éxito y la ideología democrática e igualitaria. Según estos ideales se posibilita generar oportunidades en todos los individuos de la sociedad independientemente de las circunstancias socioeconómicas en las que nace. En el caso de YouTube, con el sistema de las reproducciones, seguidores y *likes*, los gestores obtienen valoraciones de sus creaciones con lo cual los lleva a perfeccionar sus técnicas y contenidos y a mejorar sus resultados cuantitativos.

Si ponemos en relación los ideales del sueño americano junto a los que se generan en YouTube nos damos cuenta que son casi idénticos. Según las tres categorías que rigen el ideal americano encontramos las siguientes: El **éxito absoluto**, un objetivo que hace superar la posición inicial del individuo (la figura del famoso o del *influencer*, es decir, una figura idealizada a través de la representación). El **sistema competitivo**, que requiere ejercer victoria sobre alguien más, esto se traduce a enfrentamientos con otras personas con el fin de superación basada en éxitos y fracasos. Y, por último, el llamado **éxito relativo**, que lleva a establecer comparaciones con individuos

<sup>28</sup> Time, "December 25, 2006 | Vol. 168 No. 26". Time Inc, 2006 [En línea]. Disponible en Internet en la dirección: <http://content.time.com/time/magazine/0,9263,7601061225,00.html> (Acceso 08/02/2017)



de otras clases sociales o en situaciones de desventaja respecto a la personal, esto lleva a reforzar este sistema y visibilizar las mejoras personales. Con esta estructura, basada en facilitar la posibilidad de superación mediante la comparación con otros individuos, se rige la gran parte de redes sociales. Aparecen figuras como los *influencers*, sujetos *prousers* que, debido a la gran capacidad de uso que ejercen sobre la red social, son capaces de ejercer influencia sobre el resto. Esta es la figura del *youtuber*, *instagrammer* y demás. Figuras nacidas en las mismas condiciones que su público, pero triunfantes gracias a sus propios méritos y sus capacidades comunicativas.

Con la democratización del *Do It Yourself* no sólo se genera una identidad higienizada. Este sometimiento a comparaciones establece ciertas relaciones con la producción artística y el comisariado. Como veremos más adelante, estamos continuamente inmersos en la estetificación e interpretación del mundo que nos rodea. El contenido que externalizamos de nuestros pensamientos hacia la sociedad refleja lo que somos (cuando no es premeditado) y lo que aparentamos ser (cuando el contenido es seleccionado o procesado). Con la influencia que ejercen las redes sociales en la sociedad contemporánea es importante destacar los mecanismos y procesos que realizamos para identificarnos en espacios asépticos. Las multinacionales sociales ofrecen la posibilidad de estetizar, retocar, someter a filtros, corregir la saturación, brillo o el contraste. Todos ellos procesos para «limpiar» la imagen capturada. La recopilación de imágenes y archivos generada por cada individuo -en la mayoría de los casos- busca extraer la identidad higienizada del sujeto. Ejemplos claros son las imágenes en las que sale *guapx*, la rebosante calidad técnica, lo limpio, contextos que representan intereses personales o la publicación de opiniones y frases previamente formalizadas. Con la comercialización de las primeras cámaras fotográficas, la producción visual se veía condicionada por la capacidad técnica del dispositivo; las fotografías permitidas por cada carrete, los lentos procesos de revelado o la incomodidad de transportar la cámara. Tras el surgimiento de los primeros *smartphones* y la comercialización masiva de estos, las imágenes ya no necesitaban de revelados, el

continente (pantalla) es transportable en el bolsillo y fácilmente compartible a través de Internet. A lo largo de este proceso de adaptación se han solapado nuevos avances técnicos que han mejorado nuestra forma de relacionarnos con procesos estéticos. En la actualidad la gran mayor parte de la población occidental es capaz de realizar fotografías e imágenes de una calidad respetable y generar un contexto donde presentarlas de manera eficiente.

Todas las plataformas de medios sociales se componen de una masa de individuos que «compiten entre sí» mediante las variables: seguidores, *likes*, *retweets* y todas las muestras de aprobación existentes para lograr pertenecer a determinados colectivos. Por supuesto que se pueden lograr situaciones favorables, pero lo cierto es que la gran masa de personas lo utilizan como un medio con el cual proyectar una versión idealizada de sí mismos en el mundo, como si se tratase del avatar de la persona que desean ser, en lugar de lo que son en realidad. Este intercambio se convierte en validación, cada *like* recibido segrega un pequeño torrente de dopamina en el sujeto que se traduce en satisfacción y sentimientos de aprobación.

Trataré de alejarme por un momento del papel de las redes sociales en nuestra comprensión del mundo e intentaré centrarme en los comportamientos relacionados con la adolescencia. Las formas de entretenimiento y gamificación de la vida son analizables desde múltiples enfoques. A parte de los videojuegos -como forma de evadir responsabilidades- y de las redes sociales -como estructura social que refuerza esta gamificación del mundo- me gustaría analizar ahora otras maneras de afrontar las ansiedades de los ritmos 24/7.

Como hemos visto, la gamificación del tiempo es una terapia contra la ansiedad y los problemas mentales. Si estudiamos cual es el contenido más buscado en Internet veremos que el sexo está en la cabeza del ranking con más de un 14% de las búsquedas en Internet<sup>29</sup>. Cabe preguntarse el porqué de esta estadística.

<sup>29</sup> Mark Ward, "En internet hay menos porno de lo que se piensa". BBC, 2013. [En línea]. Disponible en Internet en la dirección: [http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/07/130701\\_tecnologia\\_pornografia\\_internet\\_men](http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/07/130701_tecnologia_pornografia_internet_men) (Acceso 14/01/2017)

El sexo se convirtió en la industria por excelencia en red debido a la posibilidad de mantener el anonimato y suplir las represiones sexuales –al igual que potenciarlas– de la sociedad contemporánea. Como de costumbre, los paradigmas pseudocientíficos han intentado explicar orígenes y causas de la adicción al sexo y buscar por qué es una de las adicciones más común de nuestro tiempo. Frank A. Beach acuñó en 1955 el término *Coolidge effect* para así, de alguna manera, dar explicación al frenesí y la adicción del sexo en Internet. A través de experimentos con ratas, su equipo se dio cuenta de que el elemento de la diversidad y la categoría de lo nuevo era la clave de esta adicción y del aumento del interés sexual.

Antes de continuar me gusta cuestionar el hecho de generalizar una actitud humana por medio de la experimentación con animales, no porque las ratas no padezcan de adicciones, si no, más bien, porque no solo somos ratas. Un ser humano no consume pornografía de forma esencialista con el objetivo de reproducir su especie, por lo tanto, no deberíamos pasar por alto las diferentes estructuras que se generan en consecuencia de esta actividad. Las ratas no se ven sometidas a un sistema de producción y consumo ni se someten a discursos de género, y, lo más importante de todo, no tienen una industria de consumo que se aproveche de estas adicciones. Entonces, cabe preguntarse si la sociedad consume porno por una necesidad biológica.

Continuando con este experimento, el *Coolidge effect* establece una relación directa de la adicción del porno con el parámetro de la diversidad. El experimento dice así, cuando colocamos una rata *A* con una rata *B* estos se reproducen. Si a esa hembra o macho se le encierra con una rata nueva, sentirá la necesidad de reproducirse con las nuevas y así sucesivamente siempre que existan nuevos *compañerxs*. Este esencialismo pasa por alto los comportamientos humanos de moralidad, elección o gustos personales. No obstante, establece sus fundamentos bajo la motivación y lo que la crea, la dopamina. Bajo esta lógica, el usuario de sexo en red se vería motivado por cada nueva «pareja» y esto segregaría más dopamina.

Este planteamiento también puede ser aplicable para entender el funcionamiento del *scroll* de una web, o la búsqueda de nuevo contenido por puro entretenimiento. La motivación que produce el acto de navegar e imaginar nuevas situaciones. Esta teoría explicaría por qué esta categoría es lo más buscado, si tenemos en cuenta este experimento, los usuarios realizan múltiples búsquedas con el fin de encontrarse a sí mismos junto a sus deseos. Podría ser considerado un ejercicio de introspección que refleja los deseos más profundos de la sexualidad del sujeto.

Por otro lado, me gustaría lanzar una mirada a las adicciones que se padecen a día de hoy en nuestras sociedades, pero para ser más justos y concretos, de las adicciones que padece la sociedad occidental posindustrial de consumo. Si bien las sociedades de libre mercado aprovechan ciertas actitudes para producir capital; normalmente actitudes comunes como comer y dormir<sup>30</sup>, hay un patrón común que las empresas utilizan: el marketing. La pornografía en sí es una promesa de placer, como oler comida es una promesa de llenar el estómago y lograr una satisfacción. La industria pornográfica suple esta promesa y lo hace de forma gratuita e instantánea mediante nuevos videos, nuevos cuerpos y nuevas relaciones entre lo que se ve y la recompensa que se obtiene. A través de la representación gráfica, da la oportunidad al usuario de conocerse en el sentido más fetichista y siempre bajo ámbito privado y fuera de los juicios sociales que establece la privacidad en línea. Se brinda la posibilidad de volver del sexo un juego sin fin, de plantear múltiples contextos y otorgar una posición dominante al usuario que –a través de la barra de tiempo y la navegación– es capaz de controlar los tiempos y la situación planteada.

No obstante, a pesar de que la pornografía es lo más buscado en

<sup>30</sup> Véase el triunfo de los programas de cocina en la televisión debido a que representan nuestras necesidades básicas y la extrapolación del hogar hacia otros planos hasta entonces no visibles. Parece que la externalización de los elementos y hábitos domésticos están destinados al triunfo ya que sociabilizan los planos que -hasta ahora- eran específicos del hogar. Véase también el triunfo desde la década anterior de los reality shows como Gran Hermano.

Internet, el contenido que más sorprende por su excesivo consumo son los gatos. Estos se han convertido en la mascota no oficial de Internet, al igual que los videos de bebés riéndose poseen millones de reproducciones, los gatos despiertan la inocencia y la ternura más *cute* en los espectadores. A diferencia de los perros, los gatos son animales semi-domesticados e indomables que se encuentran a medio camino entre lo salvaje y lo civilizado. Esto es, en gran medida, debido a que en la antigüedad se los tenía en los hogares por ser buenos depredadores de roedores y evitar la propagación de la peste. Cabe destacar su aura mística y la adoración divina a la que fueron sometidos por distintas culturas, como los egipcios, que los convirtieron en dioses, o la cultura japonesa –con la figura del Bakeneko- donde los consideraban capaces de anticipar presagios o también llegaban a ser considerados animales endemoniados debido a sus ojos brillantes en la oscuridad.

Al contrario que los caninos, los gatos se caracterizan por su individualidad y por no establecer relaciones de dependencia directa con los humanos. Pero, ¿es casualidad que se hayan convertido en la mascota de Internet? Si recapitamos sobre el tema, tiene cierto sentido que Internet y la fotografía como herramienta potencien las relaciones sociales del gato, son animales independientes y, con estas herramientas, ahora se tiene la capacidad de inmortalizar cada uno de sus movimientos. Con la difusión de estas representaciones se potencia la ilusión de control sobre la inexpresividad y libertad de estos felinos. No obstante, los gatos no sólo son terapéuticos a través de su representación, la terapia con animales ayuda a personas que se encuentran con dificultades sociales o psicológicas a no sentirse solas o a suplir ciertas carencias afectivas. La ejemplificación de este fenómeno es el síndrome de Noé, encarnado contemporáneamente por el personaje de «la loca de los gatos» en el que el sujeto, debido a carencias afectivas –inestabilidad emocional, emancipación de hijos, o cambios repentinos, entre otros- se siente en la tesitura de focalizar la atención sobre mascotas (generalmente gatos) para así evitar afrontar la adaptación a los cambios emocionales que ha sufrido. Este síndrome, similar al de Diógenes, es un desorden psiquiátrico

que consiste en acumular un gran número de animales de compañía en casa sin proporcionarles los mínimos cuidados, llegando incluso a descuidar sus propias necesidades. Otro ejemplo de esta terapia con animales –cada vez más extendida- son las cafeterías con gatos, en donde es posible compartir un tiempo relajante junto a gatos mientras se lee un libro o se toma un café.

Dentro de la estructura de Internet, todos los usuarios –dependiendo de la participación en la visualización de esta serie de videos- tienen un poco de «locx de los gatos». Ver videos de gatos no sólo tiene la función de entretener, sino que se ha demostrado que despiertan emociones positivas y disminuye los sentimientos negativos. Este factor emocional es la clave de su triunfo en red. Desde las celebridades en Internet como Grumpy cat o Lil Bub<sup>31</sup> hasta los *memes* más famosos como Lolcat o Nyan Cat pasando por personajes animados como Hello Kitty.

La popularización de este felino en Internet fue estudiada a través de la exposición “*How Cats Took Over the Internet*” en el *Museum of the moving Image* de Nueva York. En esta exposición se repasa las apariciones de los gatos desde comienzos de Internet. Jason Eppink, el comisario de esta exposición, afirma que la popularización de los gatos en Internet no tiene únicamente fines terapéuticos, sino que, a diferencia de los perros –que pueden reunirse en los parques junto a sus amos- los dueños de los gatos utilizan Internet como si se tratara de un parque de mascotas virtuales en el que pueden presumir de su

<sup>31</sup> Es curioso –o digno de analizar- que los gatos más famosos de Internet tienen problemas de salud. El propietario de Grumpy cat (el gato gruñón) afirma que la cara permanente de gesto enfado de su gato proviene de un problema dental y de sufrir enanismo felino. Este problema le proporciona un gesto característico y amable. En el caso de Lil Bub –el gato más popular- nació con varias mutaciones genéticas. Lil Bub sufre de enanismo, su lengua siempre cuelga debido a su corta mandíbula inferior y recibe medicación diaria debido a osteopretosis, un trastorno óseo que restringe su movimiento. Pese a todos estos problemas de salud, parece que despierta una empatía única, es la protagonista de peluches, tazas e incluso fue publicado un libro sobre ella en el año 2013. Esto hace replantearse si el triunfo de estos animales está ligado a su ternura o a la dominación a-moral que se ejerce sobre ellos, ¿sería igual de popular reírse de seres humanos con discapacidades físicas?



Fotografía de Grumpy cat. 2017.

compañero felino. Esto tiene sentido si se tiene en cuenta que los gatos domésticos comúnmente no son vistos junto a sus dueños de no ser mediante imágenes técnicas, al contrario que los perros que son paseados con frecuencia junto a sus dueños. Eppink va más allá e identifica la popularización de los gatos con una forma de dominación “*Cuteness gets really dark really fast [...] Cuteness is really fundamentally about a power differential. You can only find things cute where you’re more powerful than them.*”<sup>32</sup> Este aspecto voyeur recuerda al porno en Internet, donde el usuario se encuentra en su zona de confort y puede establecer cierta dominación con el contenido representado en la pantalla a través del dominio del tiempo y de las situaciones presentadas. Esta cita de Eppink tiene lógica si pensamos en la inocencia que desprenden los documentales de animales, como leones o tiburones, al ser observados desde una posición dominante –a través de la pantalla- se permite disfrutar de su naturaleza sin arriesgarse a una exposición espacial frente a ellos.

Lo *cute* en Internet es cada vez más popular debido a la relajación que evoca en el espectador y con la clara codependencia que establece con la dopamina. Esta gamificación de la visualidad a través de generar respuestas positivas en el espectador posee un propio término: ASMR (*Autonomous sensory meridian response*). El ASMR es contenido sonoro, táctil, o visual que busca generar respuestas positivas, como sensaciones de hormigueo en la piel y sentimientos positivistas, como si se tratara de inducir una euforia de bajo grado. Dan Hassoun y James N. Gilmore han investigado sobre los efectos del ASMR en la sociedad informatizada. En su texto académico “*Drowsing: toward a concept of sleepy screen engagement*” teorizan sobre cómo el dormirse ocurre, y persiste, durante todos los aspectos de la banalidad de los medios tecnológicos. Señalan que la aceleración de los ritmos de la vida contribuye al daño corporal a largo plazo y que la popularización del ASMR viene debido a que ayuda a proveer sentimientos de calma. Proponen el

<sup>32</sup> Samantha Grossman, “8 Things I Learned at a Museum Exhibit About Internet Cats”. Time, 2015. [En línea]. Disponible en Internet en la dirección: <http://time.com/4020458/internet-cats-museum-exhibit> (Acceso 19/05/2017)

termino *drowsing* (compuesto por las palabras *drowsing* y *browsing*) para referirse a este estado persistente de sueño inducido por la pantalla y la superposición de contenido. Desde su punto de vista, el sueño es tratado como una necesidad básica, un componente fundamental de los seres humanos, por lo que el capitalismo productivo no puede privarnos de él sino establecer maneras de colonizarlo. Por lo tanto, el ser se enfrenta a continuas invasiones y exigencias de la vida social y tiende a refugiarse en la «siesta» –como analogía de estas formas de relajación- para evadir estas responsabilidades.

Aquí utilizo el término siesta porque considero interesante la relación entre *drowsing* (adormecerse) y la siesta como colonización del tiempo de descanso a través del «estar medio dormido». Etimológicamente el término siesta proviene del latín, se refiere al lapso temporal comprendido entre las 12 y 15 horas del día. La siesta se considera una consecuencia natural debido a la ingesta de alimentos y la somnolencia que provoca en el individuo. Con este breve descanso se pretende recuperar energía para afrontar el resto del día. Esta forma del «no hacer» es una práctica asemejada a la meditación, a la huida de la velocidad con el objetivo de reestablecer los ritmos. Pese a que la siesta sea tradicionalmente una consecuencia de la ingesta de alimentos, es destacable que las jornadas laborales también provocan altos grados de somnolencia en el individuo. Por esta razón, considero adecuado relacionar la siesta con la gamificación del tiempo, considerando esto como una forma de descanso controlado que garantiza la proliferación del sistema laboral convirtiendo el tiempo en un regalo preciado. El capitalismo ha privado cualquier forma de dormir –necesaria en nuestra propia naturaleza- tratándola como un desperdicio del tiempo que, según sus ideales, ha de ser cuidadosamente minimizado y manejado. El ritmo 24/7 de los medios de comunicación no puede privar totalmente a la gente del descanso por lo que el dormir se convierte en un medio para combatir los flujos del capitalismo. Mediante esta necesidad intrínseca del ser humano, se han aunado el sueño y las pantallas para establecer una serie de rutinas que funcionan como manera capitalizada de descanso.

Cabe decir que todas estas formas de segregación de dopamina funcionan como estrategia biopolítica que regula nuestro comportamiento a favor de la procrastinación y los comportamientos característicos de la adolescencia como el estrés, la inseguridad o el narcisismo.

## *4\_ Arte Teenternet*

*Data curator y lectoartista*

En el capítulo anterior hemos analizado el contexto biopolítico potenciado en la sociedad sometida a la intercomunicación. Finalizado este análisis, cabe preguntarse cómo podría configurarse un ideal artístico en este contexto. Con esta revisión no pretendo legitimar un único proceso creativo eficaz para la sociedad planteada anteriormente, pero sí enfrentarlo a debate y más tarde comprobar si este planteamiento tiene validez mediante la comparación con algunas obras actuales.

## 4.1\_ Elementos que conforman el arte Teenternet

Como hemos visto, la investigación Teenternet estudia el lapso temporal de la actualidad en Internet. Se pretende identificar los ciclos de desarrollo humanos con los tecnológicos para llegar a la teoría de que Internet no sólo está estructurado por mecanismos adolescentes (en constante transformación) sino que a través del uso que se ejerce sobre él se potencian comportamientos propios de la adolescencia occidental (narcisismo, inocencia, necesidad de aprobación, crisis de identidad o ansiedad). Para comprender este planteamiento es necesario tener en cuenta la segmentación generacional que conviven en el presente. Esta brecha generacional es crucial para entender la actitud *teen* y su confrontación con las posteriores generaciones.

Antes de adentrarme en la investigación de los términos *data curator* y *lectoartista*, y con el objetivo de aumentar la facilidad de comprensión de esta investigación, he realizado un breve léxico de los procesos a los que -a mi parecer- se somete el arte en la cultura *teenternet*. Con esta lista se pretende aclarar la utilización terminológica que realizaré durante los siguientes apartados.

- **Dispositivos de acción:** Entidades perceptibles generadas en pro de un mensaje o percibidas por los sentidos en otros contextos pre-dados.
- **Artista productor:** La persona o entidad encargada de alterar el entorno mediante la incubación de ideas perceptibles por sujetos externos. Esta figura es la encargada de iniciar el «acto arte» a través de dispositivos de acción con menor o mayor grado de predeterminación. El mismo sujeto

encargado de iniciar este acto puede ser simultáneamente los dos que siguen a continuación.

- **Data curator:** Este término es utilizado para referirse a la persona encargada de generar narrativas o sistemas a través de la selección y administración de contenidos. Bajo esta concepción abierta, los procesos de comisariado estarían presentes en actos tan cotidianos como la selección de la vestimenta, la administración de las redes sociales o incluso en las labores de los porteros de discoteca. Esta figura puede iniciar el proceso de emergencia a través de la recontextualización de contenidos ya existentes o utilizar estos a modo de postproducción para convertirse así en productor.
- **Lectoartista:** Término desplazado del concepto lectoautor utilizado para defender la autoría del lector en contextos de narrativa hipertextual donde este, a través de su propia condición, puede modificar o alterar el significado preconcebido del texto original. En este concepto que se propone, se busca defender la idea de arte como proceso individual en el que cada perceptor extrae sus propios significados a través de procesos semióticos. Bajo esta teoría el arte reside en la interpretación del sujeto frente a estímulos perceptibles, pudiendo originar el significado artístico de contextos o situaciones no planteadas inicialmente como dispositivos de acción.
- **Arte:** Este concepto es comprendido como la totalidad del proceso ejercido en las anteriores definiciones. El artista productor que genera emergencias en el entorno a través de dispositivos de acción, el *data curator* que propone el camino interpretable y la figura del lectoartista que cierra el proceso a favor de la interpretación individual. La existencia de estas categorías que aquí se proponen, no quiere decir que siempre exista el mismo proceso ni los mismos participantes, en ocasiones pueden funcionar de manera aislada o en circuitos de retroalimentación.

## 4.1.1 \_Las labores del curator informatizado. *Data curator*

Uno de los múltiples efectos secundarios de lo que denomino «cultura *teenternet*» es aplicable a una nueva acotación del término curador. Para trabajar desde la posición más próxima a la disolución de las categorías establecidas por la tradición artística es necesario replantearse continuamente todo tipo de actividades y terminología contemporánea, comparar sus funciones y posibles aplicaciones a la cultura permeabilizada por Internet.

La figura del curador nació ligada dentro del contexto de la conservación y la puesta en valor de los recursos artísticos, pero en la actualidad resulta evidente su posición mediadora entre institución, artista y espectador. La figura que se propone a continuación desvía la figura idealizada del comisario artístico para aplicarla a las labores y procesos que se ejercen en ámbitos cotidianos. Es cierto que puede resultar arriesgado potenciar las distinciones entre el término curador -o comisario- y el propuesto. Aumentar las fronteras significativas del término original puede caer en su banalización o, por el contrario, en el enriquecimiento. Por esta razón quizá resulte más interesante añadir un afluente al río y utilizar las aguas vertidas anteriormente para re-contextualizarlas en entornos no previstos con anterioridad. Al mismo tiempo, buscar un término que se aleje de su tradición semántica puede resultar útil para mantener cierta autonomía lingüística y permitir espacios de libertad creativa donde modelar y probar su democratización en la cotidianeidad del día a día. El marco central de las aplicaciones de este término será aplicado -en su mayoría- a los procesos digitales,

especialmente en los relacionados con el *big data*. Por esta razón de aquí en adelante propongo referirme a estas labores mediante la adaptación lingüística de dos términos; *data* y *curator*.

La palabra *data* es utilizada desde 1946 para referirse a la información computada transmisible y almacenable en dispositivos. Estos son fragmentos de información referentes a un tema, no obstante, la utilización terminológica de *data* está más relacionada con la información almacenada en bases de datos de tamaño inabarcable para los ritmos humanos. Por esta razón, esta información suele someterse a procesado, ya sea algorítmico o humano. Al existir demasiada información para comprenderla a simple vista, se generan selecciones de contenidos referentes a un tema y son articulados en grupos organizados de información mediante criterios que establece el propio programador o curador.

El curador tradicional actúa siempre en razón de un público, por ello me interesa crear la distinción entre dos tipos de curaduría; la personal y la pública. Esta dicotomía me parece necesaria debido a que existe una clara diferencia de manipulación frente a estos dos tipos de contenidos. Todo contenido emerge con la misma relevancia para el dispositivo heteropoiético que lo contiene, las únicas variables que distingue la máquina -por el momento- son superfluas para la función y significado del archivo, esta puede distinguir entre distintos formatos, tamaños o duraciones. Un claro ejemplo, la cámara de fotos no ve lo que registra, capta la luz reflejada mediante una serie de mecanismos. También hay que destacar que actualmente la máquina puede reconocer y distinguir entre distintos objetos, los algoritmos de visión por computación cada vez son más eficaces. A pesar de los procesos -cada vez más complejos- de comprensión por parte de la máquina como la inteligencia artificial, es el usuario quien, a partir de su criterio, realiza operaciones de selección, exclusión, disposición, y en definitiva elabora los significados de cada uno de los contenidos. Estos procesos de selección y resignificación son los que realmente me interesa investigar, si bien puede considerarse algo de lo que no se puede escapar, veremos que en la era de la imagen sintética, estamos continuamente seleccionando, distribuyendo y otorgando



significados a imágenes o contenidos generados, encontrados y apropiados.

Con el término **curaduría personal** me refiero a las labores personales de distribución de contenidos en espacios de uso propio. La organización privada de elementos no significa que permanezcan siempre ocultos para terceras personas, no obstante, han sido concebidos como propios y, por tanto, su ordenación o disposición dispone siempre a criterios personales. Por ejemplo, el dormitorio de un adolescente está formado por una serie de elementos con significados y usos privados; un corcho con fotografías en la pared, un escritorio donde estudiar, una cama donde dormir o un espacio donde colocar la ropa sucia o posters de sus ídolos. El carrito de la memoria de los teléfonos móviles es otro ejemplo idóneo, es un diario sin filtro, es el verdadero registro de la actividad del usuario. Una acumulación no selectiva -y sin pretensiones de serlo- que proyecta un verdadero sujeto: su archivo personal. Esta curaduría personal tiene el aliciente de ser más fiel a lo representado, y si es manipulado técnicamente (para proyectarlo a un público), cambia su razón de ser hacia lo que denomino **curaduría abierta**, una exhibición de creaciones formalizadas. Me cuesta ejemplificar esta primera acepción con obras de arte debido a que si se salen del circuito personal al que me refería anteriormente pierden su autenticidad de personales. No obstante, hay una obra que me gustaría comentar. Anthony van der Meer es un director de cine al que le robaron el móvil mientras comía en Ámsterdam en el año 2016. Anthony almacenaba en su móvil gran cantidad de información privada, fotografías, videos y conversaciones que definían su rostro, sus intereses privados e incluso su localización. En ese momento Anthony decidió poner en marcha su pequeño film “*Find my phone*”<sup>33</sup>. En él, compra un móvil nuevo e instala una aplicación para acceder de manera remota a su dispositivo. Una vez instalada la aplicación, dejó su mochila ligeramente alejada hasta que se la robaron. Cuando

<sup>33</sup> Antony Van Deer Mer, “Short Film: Find my Phone – Subtitled”. Youtube., 2016. [En línea]. Disponible en Internet en la dirección: <https://www.youtube.com/watch?v=NpN9NzO4Mo8> (Consultado 01/05/2017)

el ladrón estaba en posesión de su móvil, Anthony espiaba cada una de sus conversaciones, movimientos y fotografías para analizar a esa persona y así cuantificar la construcción de identidad que pudo realizar el ladrón de su primer teléfono. Considero este proceso interesante ya que, mediante el *hacking*, se consigue acceder a información personal no destinada en un inicio para su visualización a terceras personas.

La curaduría abierta al público es la que, personalmente, me parece más interesante, la narración se establece con el afán de exportar conocimiento a terceras personas y, por tanto, exige que mantenga ciertos códigos con el público. La organización de archivos con intención de volverlos comprensibles a terceras personas se da en múltiples procesos de las redes sociales. Podemos relacionarlo con acciones propias de la vida en sociedad, como elegir la ropa para vestirse o realizar una publicación en las redes sociales.

Las primeras obras de Cindy Sherman, en especial la serie de “*Untitled Film Stills*” (1977) ejemplifican perfectamente estos aspectos en los que, a través de la artificialidad, se generan identidades sólidas en las que se conjuga lo artificial y la verdad al mismo tiempo. En esta serie fotográfica hace dudar entre la interpretación de un papel y la revelación de una identidad existente. Son fotografías a modo de «autorretratos de la sociedad del momento» que, debido a su gran grado de artificialidad (propia de las revistas y el cine), son preconcebidas para su exposición atendiendo a los aspectos formales de la visualidad técnicas. El caso concreto de Cindy Sherman es curioso debido a que en la actualidad posee una cuenta de Instagram con alrededor de 600 fotografías publicadas en las que se puede ver desde *selfies* con filtros de Snapchat que deforman su cara (quizá relacionado con retratos generacionales de la sociedad *millennial*) hasta videos acariciando a su loro (proyección de su contexto personal e ideológico). De esta manera, cabe reflexionar si existe diferencias relevantes entre la serie *Untitled Film Stills* y las realizadas para su cuenta de Instagram<sup>34</sup>. A simple vista el *timeline* de Sherman es parecido al de cualquier otro usuario, por ello cabe considerarse si su

<sup>34</sup> La cuenta de Instagram de Cindy Sherman es @\_Cindy\_Sherman\_

Instagram es en su totalidad un retrato de la sociedad del momento, una secuencia de patrones y formalizaciones que describen la artificialidad y el ideal propuesto por las redes sociales.

Cada vez es más cotidiana la incorporación del usuario a procesos de comisariado *online* a través de la recopilación, selección, y elaboración de narraciones que configuran un perfil en redes sociales. Si con el abaratamiento de los costes de cámaras de video en los 60, cualquiera podía equipararse al nivel de resolución de imagen del video artista. Con la incorporación de los teléfonos inteligentes, dotados de cámara e Internet, todo el mundo se hace partícipe de la distribución y producción masificada de imágenes. Se ha generado una educación visual que separa lo *HD* de lo de baja resolución, si la televisión y el cine nos ha educado en la calidad técnica, el contenido cercano al usuario normalmente se desarrolla con resoluciones fotográficas de peor calidad o en formato vertical. Este hecho crea afinidad hacia el contenido en formato *smartphone* e incluso puede generar desconfianza sobre la veracidad de los hechos presentados en formatos de alta definición debido a relación inconsciente que establecemos con la ficción y el cine. El usuario es un creador en potencia, no solo tiene la capacidad de generar contenidos, sino que además puede intervenirlos mediante servicios incorporados en las propias aplicaciones que permiten el procesado de la imagen mediante filtros u otros retoques artísticos. Esta masificación en los procesos de intervención, difusión o descarga generan imágenes pobres, de baja resolución y en constante degradación. Como explica Hito Steyerl en el libro *Los condenados de la pantalla*:

“Las imágenes pobres son los Condenados de la Pantalla contemporáneos, el detrito de la producción audiovisual, la basura arrojada a las playas de las economías digitales. Testimonian la violenta dislocación, transferencia y desplazamiento de imágenes: su aceleración y circulación en el interior de los círculos viciosos del capitalismo audiovisual.”<sup>35</sup>

<sup>35</sup> Hito Steyerl, “Los condenados de la pantalla. En defensa de la imagen pobre”. Buenos Aires: Caja negra, 2004, p. 34.

Con la incorporación del usuario a procesos estéticos, la imagen se entrelaza con la escritura, el usuario es el que produce, interviene y acelera imágenes. A través de estos procesos adquiere valores estéticos y estilísticos, la imagen no sustituye por completo a lo textual, se encuentran en continua relación, inseparables en las redes sociales donde incluso el texto puede llegar a presentarse como imagen o como una mezcla de ambas como en el caso de los *memes* o los emoticonos. Una observación personal que me interesa destacar es que la distinción generacional con el uso de las redes sociales es palpable entre la generación *X* y la *baby boomer* (entre 30 y 60 años) los *millennials* (entre 20 y 30) y la generación *Y* (menores de 20 años) En el caso de las generaciones más mayores, la red social más común es Twitter, en la que el contenido destaca por su mayor grado de textualidad. En el caso de los *millennials* la red social más representativa es Facebook, que mezcla lo textual y lo audiovisual. En cambio, la generación más joven (generación *Y*) utiliza redes sociales puramente visuales como Instagram y Snapchat en las que la comunicación se establece principalmente por imágenes. Considero este hecho clave para entender la evolución generacional hacia procesos estéticos y la mutación del lenguaje hacia aspectos gráficos como los emoticonos.

El formato con el que opera Internet responde siempre a los tamaños del *big data*, desbordante en contenidos, vuelve tarea imposible estructurar la información si no es respondiendo a utilización de distintos tipos de análisis, predictivos, de comportamiento y de construcción de jerarquías. Estos funcionamientos establecidos por la *database* de la plataforma consisten en modelos de organización que funcionan a modo de recopilación de contenidos relativos a varios formatos, la información se almacena independientemente en estructuras que generan narrativas automáticas a partir de su contenido. Las jerarquías se establecen por la suma de contextos en los que aparece o la popularidad que tienen. Las clásicas acotaciones de los diccionarios quedan aumentadas a su máximo cuando este es definido por casi infinitos contextos donde el término se presenta. En nuestro tiempo la gran parte de nuestro diálogo con el mundo se

establece a través de Internet, interactuamos en el medio y este nos responde con contenidos, por lo que nuestras relaciones lingüísticas están en constante adaptación.

En la tesis planteada por Boris Groys en “Google: el lenguaje más allá de la gramática”, expone que las estructuras de funcionamiento del motor de búsqueda de Google regulan nuestro diálogo en proposiciones universalmente aplicables. Las proposiciones son comprendidas como una secuencia de palabras que conforman un significado, pero Google construye estos significados en base a la suma de contextos en los que aparece cada uno de los términos, con lo cual se elimina la jerarquía entre palabras y éstas pierden su poder gramatical. Las palabras se forman por constelaciones de significados aportados por usuarios, así se convierten en proveedores de la información que almacena cada constelación del término. Es una lucha por el acceso a la verdad entendida como la suma total de todos los contextos materialmente existentes. Groys afirma que “las operaciones lingüísticas básicas de afirmación y negación se vuelven irrelevantes y resultan sustituidas por las operaciones extralingüísticas de inclusión o exclusión de ciertas palabras en ciertos contextos -algo que es justamente, la definición misma de curaduría.”<sup>36</sup>

Una pieza interesante que utiliza estas operaciones extralingüísticas relacionadas con las que describe Groys, es la instalación *Listening post* (2003). Esta pieza formalizada por Mark Hansen y Ben Rubin es considerada un retrato dinámico de la comunicación *online*. A través de la disposición a tiempo real de fragmentos de texto escrito en salas de chat, se genera una instalación de unas 200 pequeñas pantallas led en las que se superponen palabras provenientes de diferentes conversaciones. Mediante esta reestructuración textual se genera una nueva narrativa que pretende, a través de la contingencia, representar cómo son las relaciones que se establecen en red.

<sup>36</sup> Boris Groys, *Google: El lenguaje más allá de la gramática. “Arte en flujo, ensayos sobre la evanescencia del presente”*. Buenos Aires: Caja negra, 2016, p.173.

Ahora bien, si nuestro diálogo con el mundo es mediado por este lenguaje que aísla las palabras y las otorga significados en base a los contextos previos aportados por usuarios, quizá podríamos hablar de los *#hashtags* como una nueva redefinición de esta estructura planteada por Google. Los *hashtags* nacieron el mismo año que Internet con el propósito de crear categorías y encontrar contenido fácilmente, pero no es hasta el 2007 cuando su uso se expande a redes sociales y comienza su popularización. La pregunta que me surge es la siguiente: ¿No es un *hashtag* otra forma más potente de taxonomía que encierra constelaciones de contextos planteados por sus usuarios? En cierto modo puede cumplir el mismo papel que el motor de búsqueda, pero establece una relación más próxima con el usuario. Todos los sujetos participan activamente como proveedores y clasificadores de datos que facilitan el correcto funcionamiento de la plataforma mediante estos *hashtags* o etiquetas que encierran el *post* en archivos categorizados y en constante revisión. No aplicaría el planteamiento de Groys únicamente a las palabras, el aislamiento y categorización se da en casi todos los elementos comunicativos actuales. Con el modelo *#hashtag* se recopilan definiciones transmedia, Instagram se encargaría de la representación gráfica de lo que acompaña a la *#almohadilla* y Twitter a la suma de opiniones que versan sobre lo que refiere a la etiqueta.

Por esta razón considero los *hashtags* como una forma de comisariado colectivo. Una selección masificada de imagen, sonido y texto que genera una representación inacabable de un objeto, una situación o un hecho. La teoría de *cherry picking* está relacionada con este tipo de categorizaciones en contextos no operativos mediante los ritmos humanos. Esta teoría se refiere al acto de seleccionar lo mejor de algo -o lo peor- para recopilar datos que confirman la veracidad de cierta posición o proposición. Es decir, seleccionar evidencias y casos relacionados que apoyen la teoría inicial ignorando una importante cantidad de evidencias que contradicen la posición individual. Mediante esta falacia de atención selectiva se pueden articular teorías, o confirmar proposiciones mediante la utilización de ejemplos que refuercen una proposición. Esta forma de operar

alcanza sus máximos en Internet, donde toda la información se percibe en el mismo nivel de veracidad y es articulada y distribuida por las operaciones de los propios usuarios.

Esta categorización del entorno recae también en la categorización del sujeto, frente a esta dinámica el usuario tiende a etiquetarse en categorías establecidas. Los *hashtags* de cada usuario representan una suma de descripciones que reflejan el autoconocimiento y la autoconstrucción del sujeto y reflejan sus temores y deseos. El *hashtag #selfie* se convertiría en la clara evidencia del autoconocimiento del sujeto individual frente a su mundo -y a su *cyberghetto*-. Si se utiliza una categoría generalmente es para facilitar el acceso a los demás usuarios y volver accesible un contenido, este reclamo ejercido por los usuarios para exponerse frente al mundo es interpretado como una necesidad de pertenencia a grupos o comunidades que permitan la individualización del sujeto y su posible adecuación a diferentes contextos customizados. La continua interacción social es una de las muchas causas de la ansiedad *teenternet* marcada por los ritmos de producción y asimilamiento producidos por el neocapitalismo mediante el control de los tiempos; la moda, el culto al cuerpo o la obsolescencia programada entre otros tantos. Según Kenneth Goldsmith, “*Our online lives are saturated with affect, our sensations amplified and projected by the network.*”<sup>37</sup> En mi opinión, esta relación entre ansiedad y afecto -necesidad de aprobación- es la que marcará el ritmo de la producción de contenidos por parte del usuario. Lev Manovich también se refiere a esta necesidad de aprobación y de pertenencia a grupos con los que identificarse:

*“Cultural identity today is established via small variations and subtle differences” more precise. “Subcultures,” food preferences, and fashion styles give people basic tools to establish and perform their cultural identities. However, digital cameras and editing and publishing tools as exemplified by Instagram provide the crucial mechanism to further refine and “individualize” these basic*

<sup>37</sup> Kenneth Goldsmith, “Wasting time on the Internet”. Nueva York: HarperCollins, 2016, p. 38.

*identities.*”<sup>38</sup>

Estas ansiedades y búsquedas por la exclusividad o pertenencia a grupos producidas por los ritmos fluidos del *big data* tienen repercusiones directas en el usuario, ahora su labor se convierte en la de seleccionar y acumular los contenidos que le interesan para construir su mundo. Este factor se traduce en una nueva naturaleza del sujeto, todo se convierte en archivos y gestión continua por parte del usuario. La experiencia sensitiva del usuario como artista o curador contemporáneo se manifiesta mediante varios fenómenos de postproducción, remix, o apropiación, no obstante, esta manipulación continua de archivos ha derivado en una pulsión archivística por parte del sujeto, que se encuentra en una inercia acumulativa de datos.

La necesidad archivística producida por la masificación de contenidos ha derivado en nuevos empleos. El término *content curation* se refiere al acto encontrar, recopilar y presentar contenido digital específico sobre un tema. Esta forma de operar está cogiendo fuerza a través del marketing de muchas compañías que desean mantener una presencia *online* exitosa. Por tanto, cada *blog* o página web también podría considerarse un proyecto comisariado por el gestor de la página. Estas labores no solo están relacionadas con el marketing, en el campo de la educación hay profesores que seleccionan contenidos para sus alumnos a través de procesos de lo que llaman comisariado de contenidos -al fin y al cabo, las mismas tareas realizadas tradicionalmente por un tutor-. Expandiendo esta idea se puede afirmar que la curación de contenidos está presente en todos los ámbitos relacionados con Internet, cualquier usuario realiza ejercicios de inclusión o exclusión, genera su propia narración, su propio archivo y construye significados a través de la recopilación. Por esto propongo el término *data curation*, ya que lo considero más apropiado para referirse a la gestión individual del *big data* que busca

<sup>38</sup> Lev Manovich. “Instagram and Contemporary Image”, en *Notes on Instagrammism and mechanisms of contemporary cultural identity (and also photography, design, Kinfolk, kpop, hashtags, mise-en-scène, and состояние)*. 2016, p. 20.

crear mundos a partir de entornos inabarcables.

Extrapolando esto al tema de estudio, las diferencias entre proveedor de contenidos y consumidor son ínfimas, el usuario recibe productos de los demás y viceversa. Independientemente del medio utilizado, la externalización de la memoria ha causado que el acumular sea percibido como un acto necesario para el conocimiento, todo merece ser almacenado en la memoria del dispositivo. Ejemplos evidentes pueden ser las fotografías almacenadas en el carrete del teléfono móvil -funcionan como un álbum de recuerdos-, el *timeline* de las redes sociales -sucesión de acciones realizadas anteriormente- o cualquier otro tipo de archivación que realice el usuario. Lo cierto es que todo archivo pertenece al pasado, el sujeto realiza procesos de selección y organización para construir recuerdos -si pertenecen a entornos personales- o conocimiento -si son proyectados hacia el resto-. Esta condición del archivo de versar sobre el pasado puede revertirse a través de la postproducción o mediante la recontextualización del elemento dentro de otros entornos, serían percibidos como nuevos y con la capacidad de generar otros conocimientos no pre-dados en su anterior circulación. El usuario es su propio curador de contenido, su navegación se convierte en un proyecto de investigación autobiográfico a través de la selección y disposición de archivos.

La postproducción contemporánea quizá verse sobre la acumulación y reestructuración de contenidos, el usuario establece sus propios mecanismos de articulación de significados a través de la suma de los contenidos recopilados individualmente. Esta forma de *remix* ejercido por el sujeto contemporáneo responde criterios propios -en gran medida influenciados por los ritmos neocapitalistas- por lo que la curación personal se vuelve un proceso de construcción del sujeto mismo. El modelo de producción que se abre paso es el de auto-comisariado del entorno. La traducción del contenido y su inclusión en otras construcciones más complejas puede ser la estrategia contemporánea para elaborar estructuras adecuadas para la propagación del conocimiento.

En “Wasting time on the Internet”, Kenneth Goldsmith estudia -mediante varios ejemplos- las relaciones perceptibles entre el sujeto e Internet. A través de distintas experiencias se evidencia nuestra continua archivación del presente, “*Like quilting, archiving employs the obsessive stitching together of many small pieces into a larger vision, a personal attempt at ordering a chaotic world.*”<sup>39</sup> La superposición de archivos del usuario define al sujeto y encuentra en las redes sociales la estructura de catalogación perfecta para esta identidad representada. “*If the Internet is a giant copying machine, then every time we see ourself reflected in it (...) This accumulation is social media’s capital, a symbolic currency for which ‘T’ is the metric of valuation.*”<sup>40</sup>

Esta acumulación social se traduce y adecúa además a las plataformas donde se dispone el contenido. Con Instagram se vuelve evidente este hecho, la cifra que indica el número de corazones que ha recibido la imagen se traduce en muestras de afecto y *feedback* (dopamina) para el administrador. El usuario se ve envuelto de la dinámica de la popularidad donde todo se mide en *likes* planos y carentes de expresividad. Estos procesos llevan al usuario a perfeccionar y adaptar sus técnicas y su creatividad en pro de un público y de un lenguaje. Bajo este prisma, el comisariado de datos debería alejarse de la construcción de entornos ególatras -de continua generación de identidad- para contribuir a la aportación de conocimiento. El *data curator* investigador podría ser alguien que seleccione y administre contenidos relevantes con el objetivo de servir como fuente de conocimiento para él y para su público, y que, en relación o de forma aislada, predisponga artefactos mnemotécnicos estimulantes para recuerdo y conocimiento del perceptor.

Jon Rafman es uno de los artistas más relevantes que trabajan con tecnología cotidiana de la sociedad actual. Su trabajo suele posicionarse desde la antropología, le interesan especialmente las subculturas nacidas dentro de Internet los movimientos contraculturales. En una de sus obras más conocidas, *The nine eyes of Google Street View*, Rafman busca escenas accidentales fotografiadas

<sup>39</sup> Goldsmith, Wasting time on the Internet. Óp. cit., p. 97.

<sup>40</sup> *Ibíd.*, p. 122.



Jon Rafman. The nine eyes of Google Street View  
Fotografía de la serie. 2012-2017

por los coches de Google *maps*. De esta manera, en lugar de recorrer el mundo con su cámara, navega por las representaciones 360 grados proporcionadas por Google para seleccionar y apropiarse de fotografías con gran grado de espontaneidad. Este proceso de selección y recontextualización es el que me parece más característico y definitorio de lo que previamente he denominado *data curation*, la selección y resignificación de elementos dados en una circulación anterior.

## 4.1.2\_ La interpretación como producción artística. Lectoartista

Para iniciar este concepto me interesa partir del planteamiento enactivista que considera que toda acción realizada por el sujeto genera respuestas de manera directa en su entorno. La gestión de la información es fundamental en todo tipo de sociedades, el sujeto siempre ha sido encargado de almacenar y transmitir información. Como en el caso de la pragmática -entendida como contexto de interpretación individual- toda forma de vida con memoria está ligada a mantener procesos administrativos de la información percibida por los sentidos. El sujeto es completamente dependiente de su entorno, su conocimiento es entendido como la suma de todo el contenido interiorizado y formalizado por el sujeto. Por lo tanto, toda forma de conocimiento necesita ser interpretado por el sujeto, éste otorga significados y en función de su valor subjetivo es recordado en su memoria y almacenado jerárquicamente.

Este determinismo cultural ligado a cada organismo es el que lo aleja de su predeterminación para funcionar mediante mecanismos circulares, es decir, su organización corresponde a la estructura del sistema en ese mismo momento de interpretación. El sujeto elabora su mundo de significados a través del intercambio constante con su entorno, por lo que su interpretación siempre es dependiente de su propia estructura de pensamiento. Varela se refiere a los seres vivos como organismos auto productores (autopoieticos) ya que son simultáneamente productores y producto. Todo lo que nos ocurre es completamente dependiente de nuestra estructuración en ese preciso momento, esta relación de paridad -entre entorno y mundo- se mantiene mediante estímulos y respuestas. Explicado de otra manera, todo comportamiento de cada sistema genera respuestas compensatorias en el otro sistema a través de procesos circulares. Por lo tanto, el artefacto artístico -como todo tipo de dispositivos- genera estímulos en el sujeto, pero al mismo tiempo, el poder semiótico del artefacto cambia en función de nuestras reformulaciones hacia él. Martin Heidegger se refiere a estos procesos circulares de reciprocidad entre contexto y texto en su teoría hermenéutica de facticidad, en la que deja de considerar la hermenéutica únicamente aplicable a la interpretación de textos sagrados para pensarla como el modo utilizado por el ser humano para situarse en el mundo.

Aplicando esta teoría a mi investigación, podemos reformular las relaciones entre artista y público. El sujeto percibe el dispositivo de acción (normalmente llamado arte) junto a su contexto pragmático como parte del entorno sometido a su estructura individual desde la que se posiciona para dar sentido a lo percibido y al mismo tiempo para añadirle cualidades culturales.

“El mundo en que vivimos es el mundo que construimos con nuestras percepciones, y es nuestra estructura la que nos habilita para tener esas percepciones. Así que nuestro mundo es el mundo sobre el que poseemos conocimiento. Si la realidad que percibimos depende de nuestra estructura, que es individual, hay tantas

realidades como personas perceptoras. Esto explica por qué el, así llamado, conocimiento objetivo es imposible: el observador no es ajeno al fenómeno que observa.”<sup>41</sup>

Con el fin de alejarme de los debates taxonómicos anclados en la tradición sobre la figura del artista, propongo referirme de aquí en adelante al «artista semiótico» como lectoartista. Este término aquí utilizado está influenciado por la idea de lectoautor. Este se refiere a los procesos de autoría narrativa que se dan durante una narración hipermedia. Al ofrecer la posibilidad al lector de estructurar su propia narración, es este quien genera su propia obra. Esta idea me parece muy interesante debido a que abre la veda a multitud de interpretaciones de un mismo dispositivo, el artefacto es igual para todos, pero los caminos y traducciones de cada individuo articulan narraciones independientes. Según Boris Groys “El sistema del arte está generalmente caracterizado por la relación asimétrica entre la mirada del productor de arte y la mirada del espectador. Estas dos miradas casi nunca se encuentran.”<sup>42</sup>

Por esta razón quizá resulte más interesante aceptar este hecho y desplazar la figura de artista hacia el espectador.

Vilém Flusser distingue entre significado pretendido y sentido, entre *significance* y *meaning*. “El fotógrafo y la cámara “quieren” provocar en nosotros determinadas vivencias, determinados conocimientos, determinados valores y determinado comportamiento. [...] Las imágenes técnicas significan programas.”<sup>43</sup> Para Flusser, las imágenes técnicas sólo son descifrables si son decodificadas desde los criterios inherentes del artefacto emisor. En su caso teoriza sobre la imagen técnica que es generada según una serie de criterios

<sup>41</sup> Humberto Mariotti, “Autopoiesis, Cultura y Sociedad, ¿en qué medida la fenomenología social humana puede ser vista como fenomenología biológica?” Autopoiesis.cl, 2016. [En línea]. Disponible en el enlace de Internet: <http://autopoiesis.cl/?a=27> (Consultado 20/03/2017)

<sup>42</sup> Boris Groys, Entrar al flujo, “Arte en flujo, ensayos sobre la evanescencia del presente”. Buenos Aires:Caja negra, 2016, p.29.

<sup>43</sup> Vilém Flusser, El universo de las imágenes técnicas: Elogio a la superficialidad. Traducido por: Julia Tomasini. Buenos Aires: Caja Negra, 2015, p.77.

técnicos y estrictamente programados. No obstante, esta teoría es aplicable al tema tratado en este apartado. Al igual que Flusser se refiere a estas imágenes sintéticas como “flechas de tránsito que señalan caminos hacia la nada”<sup>44</sup> los dispositivos de acción –u obras de arte- también nos señalan caminos de comprensión, que, bajo mi punto de vista, debemos flexionar y maleabilizar con nuestros pensamientos propios para lograr así que estas flechas señalen nuevos espacios de reflexión alejados de los predeterminados en un principio por el sujeto programador o «artista». Esto nos alejará de la predeterminación y del pensamiento compartido.

Pensemos en ejemplos que puedan ser utilizados para poner a prueba este planteamiento. La palabra «campo», obviando incluso las distintas acepciones que pueda tener, no despierta las mismas sensaciones ni procesos interpretativos en –por ejemplo- un campesino que en un ciudadano. Es más, el significado de «campo» para dos campesinos de un mismo pueblo será distinto, debido a que tendrán diferencias condicionadas por las relaciones que han establecido durante su infancia, las experiencias vividas o los valores negativos o positivos que se relacionan con ese mismo término. Ahora bien, si con un término aislado existen diferencias perceptoras por cada individuo, con los dispositivos de acción los factores implicados en el proceso se multiplican. A pesar de que el programador y el dispositivo de acción funcionan como una gran flecha que orienta hacia un sentido, el espectador encargado de descifrar, aun siendo plenamente consciente del programa utilizado para generar el dispositivo, obtendrá un resultado distinto al preconcebido por el programador y por otros espectadores.

Ahora bien, resulta obvio entender que cada individuo es subjetivo y la objetividad como tal no existe, el proceso que personalmente me parece interesante es; al ser consciente del camino señalado por la flecha de la que escribe Flusser, provocar que esta flecha rebote en distintos planteamientos hasta que esta se torne de nuevo hacia el dispositivo y devuelva una versión mejorada

<sup>44</sup> *Ibid.*, p.78.



del programa inicial. Este circuito compuesto por el dispositivo de acción (pieza o artefacto artístico), la flecha (programación o codificación generada por el artista) y los replanteamientos o (re-) flexibilidad ejercida sobre la flecha (lo que denomino lecto-arte) son los elementos que estructuran el proceso que aquí se propone.

Retomando la teoría de Flusser, la principal diferencia entre las imágenes técnicas y las imágenes tradicionales es que, si la primera (flecha) se dedica a dar sentido, la segunda trata de orientarse como espejos que reflejan la realidad tomada del mundo. Por tanto, si quisiéramos descifrar una tecnoimagen sería imposible a través de su aspecto estético ya que lo que importa en estas no es el significado sino el significante. Esta teoría de Vilém planteada en “El universo de las imágenes técnicas” tiene más de 30 años, a pesar de haber envejecido muy bien, la sociedad informatizada ha cambiado por completo. En la actualidad, nuestra realidad está completamente condicionada por tecno imágenes, nos informamos y comunicamos mediante mensajes sintéticos, nos programamos técnicamente a través de la representación y vivimos la realidad a través de estas representaciones técnicas mostradas en pantallas personales. Por esta razón, bajo mi punto de vista, no existen diferencias notables entre las imágenes técnicas y las llamadas tradicionales, por lo que al observar una imagen los procesos de traducción e interpretación se aúnan en una misma estructura de decodificación. Según Nathan Jurgenson hay que huir de la concepción de lo llamado dualismo digital, este término –según el indica- significa crear distinciones entre el mundo digital (virtual) y el mundo físico (real). Bajo el punto de vista de Nathan, este dualismo digital es una falacia debido a que ambos mundos están entrelazados entre sí.<sup>45</sup> Todo el contenido digital, como por ejemplo el que podemos encontrar en las redes sociales, es afectado por el mundo físico y viceversa, es decir, las realidades digitales y materiales se co-constituyen entre sí. Internet

<sup>45</sup> Cf. Nathan Jurgenson, “Digital Dualism and the Fallacy of Web Objectivity”, *Cyborgology*, 2011. [En Línea]. Disponible en Internet en la dirección web: <https://thesocietypages.org/cyborgology/2011/09/13/digital-dualism-and-the-fallacy-of-web-objectivity> (Consultado 24/06/2017)

cada vez es más real y nuestro mundo físico cada vez más digital, por esta razón no es adecuado potenciar este dualismo sino hablar de una realidad aumentada en la que átomos y bits se tornan en un mismo mundo. Este factor probablemente no fue predicho por Vilém, ya que en la actualidad no existe tanta distinción entre imágenes creadas artificialmente por máquinas y las que denomina imágenes tradicionales. No obstante, si tomamos el modelo de vida contemporáneo como una tecnoimagen, estaríamos afirmando que nuestra realidad se presenta bajo un código de programación en el que podemos articular realidades, pero siempre bajo los criterios y estructuras que nos gobiernan. Si esto es así, es necesario actuar en consecuencia para entender la manera en la que estamos en el mundo en la actualidad y comprender cómo tomamos consciencia del entorno que nos rodea y de nosotros mismos.

Bajo este contexto y, volviendo a las reflexiones sobre lo que el arte puede ser en la actualidad y a qué elementos lo componen, encuentro en la interpretación y en la apropiación subjetiva del entorno la razón actual del arte. Si es cierto que la realidad contemporánea está compuesta por flechas y recorridos programados, considero la semiótica y la hermenéutica la manera de subvertir los significados en significantes individuales, en entender el arte como proceso único e individual y en destacar el lectoarte como una categoría personal e intransferible.

Con una mirada en el futuro, bajo una reflexión propia, me pregunto si rescatar la importancia de la interpretación individual puede ser la solución para salvaguardar el arte como algo humano frente al avance de la inteligencia artificial. Con esto quiero decir, si con la invención de la fotografía -y su popularización- la pintura realista e hiperrealista carecieron de sentido, ¿sería la inteligencia artificial el «sin sentido» del arte basado en el concepto? Los avances técnicos son subordinados al acto de creación del artista, una cámara fotográfica por sí sola no es capaz de generar imágenes sin una previa programación, al igual que una impresora 3D o cualquier avance técnico, estas no poseen autentica autonomía. Pero en el caso de la

inteligencia artificial, se abren nuevos paradigmas, ¿una inteligencia artificial autónoma capaz de estructurar sus planteamientos y formalizarlos en arte es distinguible de una pieza realizada por un artista humano o transhumano? Si es así, ¿cuál pasaría a ser el papel del artista? La figura de artista «artificial» es inevitable en un futuro cercano, por lo que quizá la interpretación individual pueda ser la forma de mantener el arte como una categoría puramente humana. De hecho, sin desplazarse temporalmente hacia el futuro, existe gran variedad de arte generado por máquinas de inteligencia artificial. Por ejemplo, el laboratorio de investigación de la empresa Sony, ha publicado un álbum completo con canciones escritas por inteligencia artificial. El sistema llamado FlowMachines analiza bases de datos de canciones para crear sus nuevas composiciones que resultan indistinguibles frente a canciones originales de otros cantantes.<sup>46</sup> El avance exponencial de los sistemas de inteligencia artificial es cada vez más notable, en Julio de este mismo año, la sección de inteligencia artificial de Facebook tomó la decisión de desactivar dos *bots* que habían creado su propio lenguaje indescifrable para los seres humanos. Al principio se creía que había errores en su programación, pero más adelante, realizando varios estudios, se dieron cuenta que los dos *bots* habían creado su propio lenguaje con el que lograban una comunicación más eficiente que mediante el inglés. Por este rápido avance quizá quepa preguntarse y reflexionar sobre la compatibilidad de la cultura artificial y humana, o, por el contrario, preguntarse si se mantendrá la autonomía humana en lo que a comprensión artística se refiere y así continuar ejerciendo dominio sobre el ejercicio cultural.

## 4.2 Algunos ejemplos y aplicaciones prácticas del arte teenternet

Bajo este contexto creo necesario poner en relación algunos de los ejemplos de arte influido por Internet y, de esta manera, poner a prueba estos elementos anteriores. Como hemos visto, nuestros sentidos nos permiten elegir -por ejemplo- entre mirar un gato que cruza la calle o -en ese mismo instante- fotografiarlo con el móvil, acariciarlo, correr, o sencillamente ignorarlo. Nuestra realidad se comprende como una narración constante, toda nuestra acción determina el argumento y tipo de narración que nos acompaña. Ahora bien, la narrativa hipermedia y la lectoautoría – como tal- siempre han existido, desde la lectura de un libro que se lee saltando líneas o páginas del texto, hasta el llamado *zapping* televisivo con el que se generan fenómenos de postproducción a través del controlador o mando. Con los ordenadores y dispositivos inteligentes se nos presentan entornos cuasi infinitos donde todos los elementos dispuestos responden a una determinada acción. Como hemos visto con el *cyberghetto* la interacción con la máquina a modo de *click* responde siempre mediante la suma de un elemento más a la narrativa inicial. Esta suma de información recibida es la que el usuario extrae mediante su comprensión. No obstante, lo más común es que el contenido recibido responda a contextos o significados diferentes, por ello el usuario -al procesar distintas yuxtaposiciones- se ve sometido a capas de significados dispares. Por esta razón dar sentido a toda la información recibida y percibir todo el contenido como una misma narración puede resultar complicado. A mi manera de entender este sistema, la narrativa dominante de

<sup>46</sup> Página web oficial del proyecto de Sony CSL. 2017. [En Línea] Disponible en Internet en la dirección: <http://www.flow-machines.com> (Acceso 21/04/2017)

la *web 2.0* es la suma de micronarrativas y la reestructuración de los componentes en función al entorno presentado.

Esto podría ser la causa principal de la poca importancia que el usuario da a las noticias que recibe a través de los medios de comunicación. La gran parte del contenido de la *web 2.0* es una escenificación de «nudos» y «desenlaces» dispares constituidos a nivel mundial (Ej. Mueren 56 personas en Siria, atentado en París, nueva canción de Shakira etc...). Por esta razón, a parte de esta secuencialidad fragmentada, se generan nuevas narrativas compartidas entre los participantes o implicados en el acontecimiento. Este es el origen de los llamados «nuevos apropiacionismos» fomentados por la red, en donde que el usuario se apropia de una acción con el fin de participar en grupos multitudinarios y así formar parte de una serie de movimientos *mainstream*.

En estos apropiacionismos se fomenta una serie de narrativas compartidas que en los últimos años están popularizándose de manera exponencial. Con el aumento de estos ritmos basados en la viralidad, se están configurando una serie de «guiones» o «listas de instrucciones» para que la narrativa sea generada y retroalimentada por el usuario. Estas formas de creación responden siempre a los fenómenos de participación en red y son materializados mediante distintas técnicas como los *flashmobs*, los *challenges*, los contenidos *treanding topic* o incluso en la estructura de los *memes*, *selfies* u otros filtros fotográficos.

Como ya he escrito anteriormente, considero la pragmática y los factores extralingüísticos de cada individuo esenciales para formalizar la idea de totalidad de arte. Bajo esta condición, el arte se entiende como un proceso colectivo entre artista, dispositivo de acción, comisario (si lo hubiera) y receptor. La figura del artista -que conoce el código y el mundo y los formaliza en una pieza- sumado a la de su público conforman lo que tradicionalmente se denomina marco expositivo. Este es el lugar donde la idea se abre al diálogo mental y donde se configura y genera el arte. Por esta razón, el modelo que aquí se plantea es asimilar la categoría de público

como lectoartista. Si cualquier cosa puede ser arte como afirmaba Joseph Beuys con su citada frase “*Even the act of peeling a potato can be a work of art if it is a conscious act.*”<sup>47</sup> el arte no reside únicamente en el producto perceptible. Al generar significación mediante la semiótica se generan estructuras de mayor grado artístico que las propuestas inicialmente por el artista hegemónico e incorpora procesos colaborativos de mayor grado democrático entre el productor de dispositivos de acción y cada receptor. Como indica Ranciere en El espectador emancipado, “El poder común de los espectadores no reside en su calidad de miembros de un cuerpo colectivo [...] Es el poder que tiene cada uno o cada una de traducir a su manera aquello que él o ella percibe, de ligarlo a la aventura intelectual singular que los vuelve semejantes a cualquier otro cuando aun cuando esa aventura no se parece a ninguna otra.”<sup>48</sup>

Por ello, cada unidad mínima del público es subordinada a su propia percepción e interpretación del dispositivo de acción en ese mismo momento. La afirmación de Joseph Beuys en la que afirma que cualquier cosa puede ser arte, es clave para fundamentar esta idea, el pensamiento creativo no está limitado a los llamados artistas, es un ámbito del conocimiento que practica todo ser humano aplicándolo a su área de especialización. La escultura social que plantea Beuys se traduce como la conformación social de una idea, los valores significativos que adquiere nuestro entorno bajo una estructura social. Ahora bien, en mi opinión, el arte es siempre autorreflexivo -es subjetivo- por lo que la cooperación debe ser producida bidireccionalmente entre la obra y el sujeto que la percibe. Esto no niega que el *background* del lector esté constituido por lo cultural, pero es durante el diálogo arte, cuando cada sujeto modela su propia forma y elabora su significado.

Por esta razón considero que una investigación artística en este contexto debe formalizarse mediante la autogestión para que,

<sup>47</sup> Joseph Beuys, “An interview with Joseph Beuys”. Entrevista por Willoughby Sharp. Artforum, 1969.

<sup>48</sup> Jacques Ranciere, “El espectador emancipado”. Buenos Aires: Ediciones Manantial, 2010, p. 23.

mediante los distintos dispositivos (si los hubiera), se estructure una narrativa eficaz encaminada hacia la propuesta original del artista productor. Los encargados de generar los protocolos de codificación (artistas) y los de generar narrativas (comisarios o guías expositivos) se tornan así en una misma figura. Los entornos que propone el *data curator* investigador predisponen un tipo de conocimiento sobre el cuerpo de la investigación, para ello introduce al lectoartista en entornos emergentes de información y -mediante distintas capas transmedia- lo hace partícipe de su desarrollo. Formalizar una investigación artística se concibe como un medio que permite configurar el capital conceptual investigado. Al igual que el hipertexto destapa la utopía del texto abierto, la autoría también debe pasar a ser múltiple para enriquecer su totalidad.

En relación a estas narrativas compartidas, cabe destacar el papel de la performance en los nuevos apropiacionismos en red. En “La estética de lo performativo”<sup>49</sup>, Erika Fisher analiza los cambios que suceden, desde finales de los 60, en la práctica de la performance respecto a las artes tradicionales. Según su análisis, lo performativo no es analizable desde los parámetros tradicionales del arte. El diálogo espectador-arte e incluso el concepto de obra de arte cambia, por lo que Fisher propone una estética de lo performativo.

Las realizaciones escénicas no son un artefacto material fijable ni transmisible, son fugaces. El acto performativo no es rescatable a través de la documentación, pero es esta la que permite alcanzar otros espectadores no previstos y por tanto se convierte en la representación fantasmagórica de la obra original. La importancia de la performance reside en la escenificación a tiempo real de un acto que suscita cambios en el espectador y posibilita formar parte la acción. No obstante, en la sociedad internetizada los sucesos o performances históricas (como la elección de Donald Trump o el Brexit) son performadas en contextos mundiales a través de su documentación. El vehículo signico cambia por completo si se

<sup>49</sup> Cf. Erika Fischer-Lichte, *Estética de lo performativo*. Traducido por Diana Gonzalez y David Martinez. Alemania: Abada editores. 2011.

comparte tiempo y espacio respecto a lo ocurrido o si es percibido mediante la distancia que ofrece la representación hipermedia; en el primer caso -la performance- los valores mantienen su coherencia con las acciones de los 70, mientras que, en el segundo -mediante la documentación- las relaciones que se suscitan dan autonomía al espectador para tomar perspectiva y elegir su grado de implicación estableciendo una relación indirecta.

El determinismo contextual es fundamental para comprender esta diferencia, una performance a modo de actuación -ya sea en un marco expositivo o urbano- implica que el espectador pueda ejercer su espontaneidad o intervención. Un atentado o acontecimiento mundial provoca reacciones con mayor grado de predeterminación en el sujeto, por lo que las relaciones que se generan en el espectador no siempre responden a los mismos criterios. Si quedó claro con performances como *Shoot*<sup>50</sup> de Chris Burden<sup>10</sup>(1971), que el arte predomina por encima de la propia vida o el sufrimiento, los sucesos representados de manera audiovisual responden normalmente a las lógicas cinematográficas y pueden ser percibidas como pertenecientes al género de ficción. Desde la edición fotográfica hasta el cine, existe un gran vínculo entre el contenido audiovisual y la postproducción. Un claro ejemplo de la puesta en reflexión sobre la veracidad de la imagen son piezas de Joan Fontcuberta como *Sputnik* (1997) o *Fauna* (1987) en las que, a través de fotografías, valida sus propias historias inventadas generando un entorno de documentación creíble por el espectador. En el caso de estas, no sólo se utilizan historias inventadas, sino que en ocasiones trata de reforzar estas ficciones mediante su exposición en entornos no dedicados a la exposición de arte.

Ahora bien, si consideramos la historia como la documentación de la performatividad de la sociedad, caemos en la cuenta de que la acción es múltiple debido a la perspectiva de cada individuo. Tomemos como ejemplo el *11S*, un ciudadano neoyorkino presente durante el

<sup>50</sup> Chris Burden. *Shoot*. 1971. [En Línea]. Documentación de la performance disponible en la dirección: <https://www.youtube.com/watch?v=26R9KFdt5aY> (Acceso 01/02/2017)

atentado no posee el mismo grado de implicación en el acto que la representación que ha percibido -por ejemplo- un español mientras veía las noticias en su casa. Mientras que la primera reacción del sujeto presente es la acción consumada por el *shock* (huir, acercarse o ayudar a los heridos) la percepción del sujeto contemplativo ajeno se basa en la reflexión y suscita preguntas como: ¿Es verdad lo que estoy viendo?, ¿puedo hacer algo al respecto?, ¿cómo va a influir esto en mi vida?

Si los procesos hermenéuticos que suscita el registro no responden a las mismas lógicas que las de las vivencias percibidas en primera persona, ¿cómo se justificaría performances en las que la documentación adquiere mayor significado que el propio acto? ¿Es reemplazado lo instantáneo por una imagen icónica? En el caso del *11S* hay registros asombrosos, desde el impacto de los aviones – grabados desde varios ángulos-, el sufrimiento de la gente que se tira por las ventanas o los ciudadanos que ayudan a los heridos. Estos son los elementos que configuran lo que fue el *11S* para personas ajenas al acontecimiento. Pero, ¿no es esto otro tipo de «encarnación» que responde a las lógicas de la presencia expandida? Si es así, ¿cuáles son las fronteras entre una obra performativa y la documentación? Si se entiende la performance como obra única y condicionada a un mismo público y contexto -donde se realiza-, ¿cómo podríamos analizar performances en las que su extraterritorialización o su registro es el valor fundamental de la pieza?

Marcel.lí Antúnez en su obra *Epiζoo* (1994) exploraba indirectamente esta extraterritorialización. En esta pieza, la gente -sin necesidad de estar presentes durante la performance- podía estimular ciertas partes de su cuerpo e inferir directamente durante la acción convirtiéndose en controladores y participantes de lo ocurrido. En la actual sociedad intercomunicada estamos continuamente expuestos a acciones de todo tipo de las que sin registro no se completaría la propia performance. Un claro ejemplo de ello podría ser los fenómenos de *virialidad*, los *memes*, los *smart mobs*, los *challenges* o los *streamings*.



Cristina Garrido, *Quadrangular shapes on the floor*.  
De la serie: *They are these or may be others*. 2015.



Tom Galle, Moisés Sanabria y John Yuyi.  
Mackbook selfie stick. Fotografía de la performance, 2017.

La viralidad y la memética obtienen gran relevancia en la comprensión y lenguaje de la que me refiero como «cultura *teenternet*» debido a su relación con los procesos del *data curator* y del lectoartista. Estos terminos corresponden a los elementos distintivos del *mainstream* que son utilizados para programar una serie de pensamientos. La memética, acuñada por Richard Dawkins en su libro “El gen egoísta” en 1976, se refiere a las unidades de cultura que se transfieren de mente a mente. Se refiere al *mime* como un «gen replicante» utilizado para la transferencia de información cultural. Esta se almacena de mente a mente como una idea replicadora que se reproduce en cada persona que lo interpreta. Una artista española que trata de utilizar y apropiarse de los códigos de la viralidad y el lenguaje memético es Cristina Garrido. En su obra *They are these or the may be others* (2014-2015) busca en plataformas de arte especializadas y elabora un archivo de más de 2.500 imágenes agrupadas en 21 categorías diferentes. Estas imágenes son intervenidas con letras impresas a modo de *memes* de Internet que tratan de sintetizar las categorías formales del arte contemporáneo.

El auge de otros artistas como John Yuyi, Moisés Sanabria o Tom Galle hace reflexionar sobre como la mediatización y la producción masificada de imágenes puede ser reapropiada desde el arte. Estos artistas se dedican a la investigación y la apropiación de elementos virales tratando así de anticiparse a las tendencias *mainstream*. Mediante la fotografía plantean situaciones -normalmente irónicas- ligadas profundamente a los códigos meméticos y las programaciones culturales de la viralidad, estas son delicadamente elaboradas para que resulten atractivas y fáciles de compartir. Mediante este proceso de decodificación se articulan nuevas imágenes creadas específicamente para su circulación y distribución en redes sociales.

Los *Flash mobs* son el ejemplo más claro de narrativa compartida de origen *online*, su nombre designa en sí mismo su planteamiento central; *Flash* (destello) *mob* (multitud). Se caracterizan por ser acciones multitudinarias organizadas a través de las redes sociales o Internet, estas pueden ser de distintos tipos, aunque normalmente

tienen un carácter político. Son muy variables; desde las irrupciones multitudinarias en entornos cotidianos a modo de *happening*, hasta las reivindicaciones sociales como el *15M*, organizadas y expandidas a través de intercomunicación. El verdadero interés de estas movilizaciones está en su carácter espontáneo y horizontal. Sin necesidad de conocerse entre sí, son grupos capaces de movilizarse gracias a los dispositivos que ofrecen capacidad de comunicación realizando quedadas multitudinarias. Estas movilizaciones son un derivado de los *Smart mobs* o multitudes inteligentes, teorizados por Howard Rheingold en su libro *Smart Mobs: The Next Social Revolution* (2002) y llevados a la práctica por primera vez en el 2003 por una idea original de Bill Wasik en el que dio a sus trabajadores instrucciones concretas para sorprender a los empleados de la tienda Macy's de Manhattan. A pesar de su dudoso origen surgieron otras derivaciones focalizadas en la espontaneidad y duración breve como el los *Flash mobs*. Estos últimos no mantienen un carácter definido, aunque es cierto que se ha convertido en una herramienta potente para el arte político. Un ejemplo de este tipo de activismo político ocurrió en mayo de 2012 durante el rescate a la banca en España. El grupo activista Flo6x8 realizó un *flash mob* a modo de bulería en una sucursal de Bankia en la que -a través del canto y el baile- criticaban la inyección de dinero público a la banca privada. A pesar de acciones como esta, basadas estrictamente en el activismo político, las derivaciones de estas movilizaciones tienden a convertirse en una forma mediatizada de entretenimiento. Es curioso como en las realizadas por puro entretenimiento se generan otros tipos de narrativa basada en los nuevos apropiacionismos y en la cultura del *Do it yourself* en la que la quedada se concibe como una extraterritorialización de la pantalla y la acción *per sé* adquiere protagonismo por encima de la propia movilización. Con lo cual el hecho de realizar una acción enmarca al sujeto dentro de la pertenencia a determinados grupos o subculturas como en el caso de los *geeks*, los *influencers*, los *trolls* o los *crackers*.

Los *challenges*<sup>511</sup> son otro ejemplo claro de acciones colectivas apropiacionistas en las que se solapan identidades, tiempos y territorios. A diferencia de los *smart mobs*, los participantes o intérpretes de la acción no se reúnen en un mismo espacio-tiempo natural, sino que se utiliza Internet como espacio de acción y periodos de tiempo no definidos que delimitan el marco espaciotemporal para realizarlo. Los *challenges* son «retos» o «instrucciones» para realizar una determinada acción. Estos encuentran en la viralidad y en las lógicas de participación en red su razón de ser. Ejemplos de estos son el *Ice bucket challenge* (en su origen para ayudar a los enfermos de ELA), pasando por el *Condom challenge* o el reciente *Mannequin challenge* -con fines principalmente de inclusión a grupos-. Considero importantes a destacar estos *challenges* basados en la viralidad y en los nuevos apropiacionismos debido a que facilitan la reproducción individual de las acciones. Si tenemos en cuenta la rápida propagación de estas acciones deberíamos considerarlo como herramientas efectivas de difusión de pensamiento y cultura. A pesar de la pérdida de autoría a la que se someten habitualmente estas obras, se genera una nueva autoría múltiple cuya función principal es la de programar ciertos comportamientos culturales. La principal diferencia entre los apropiacionismos y *remakes* de las anteriores generaciones es que no se busca desplazar la mirada del espectador a otros contextos ni ahondar en los problemas de autenticidad u originalidad. Los nuevos apropiacionismos son distinguidos por su carácter participativo y su continua reapropiación y reelaboración conceptual, como ejemplos prácticos deberíamos destacar el popular gesto del «dab», un paso de baile en el que la persona deja caer la cabeza mientras levanta un brazo y el codo en un gesto que recuerda a un estornudo. Este gesto fue inicialmente interpretado por «traperos» como Migos y más tarde apropiado por una inmensa mayoría de la sociedad.

El último ejemplo que me parece importante destacar son las performances realizadas por *streaming*. Estas son las performances

<sup>51</sup> Más información sobre los challenges en Internet en la dirección web: <http://www.elmundo.es/f5/2016/11/08/5821ee6fca4741a8318b4600.html> (Acceso 14/12/2016)

en las que el artista realiza la acción únicamente para la cámara y el público que observa a través de ella. La principal diferencia con los anteriores reside en que son retransmitidas a tiempo real y en ocasiones permiten la participación o el control de la narración por parte del espectador. La obra de Benjamin Bennett<sup>52</sup> es un claro ejemplo de este tipo de formalización en la que el registro es fundamental para la acción. Su obra se basa en la repetición, se graba sentado y sonriente en una misma posición durante cuatro horas seguidas sin realizar ningún movimiento. A través del registro de los videos que realiza en directo se puede contabilizar las más de mil horas que ha permanecido en la misma posición. Este ejemplo puede recordar a cualquier performance televisada a tiempo real, no obstante, considero el *streaming* y YouTube (como canal de difusión) destacables como artefacto artístico debido a que el performer se ha permeado de las estrategias y elementos comunicativos propagados principalmente por la televisión y ha sabido traducirlos a los formatos de YouTube -u otras redes similares- para amplificar su mensaje.

Uno de los canales dedicados a tratar de extraer los códigos de la viralidad y aplicarlos al audiovisual es la compañía de entretenimiento Super Deluxe. Esta compañía creó un departamento nuevo dedicado a la creación de videos satíricos y políticos desde la elección de Donald Trump. Desde este momento mantuvieron una serie de *Facebook Lives* en los que retransmiten *streamings* en los que el espectador puede tomar el control de la narrativa a través de su interacción.

Estas son algunas de las muchas categorías performativas existentes en la actualidad donde -en ocasiones- cuesta distinguir entre la acción, su registro y la mezcla de ambas, o en las cuales la acción es completamente dependiente de su documentación. Encontramos en los nuevos apropiacionismos una forma de performatividad y reciprocidad con el registro que fomenta su

<sup>52</sup> El canal personal de YouTube del artista Benjamin Bennett está disponible en la dirección web:  
<https://www.youtube.com/channel/UCqW54i24PGw1q7lxcIRmgTA/videos>  
 (Acceso 26/11/2016)



John Yuyi, Julia's Twitter. 2016.



propagación -tanto en el plano tangible como como digital- a través de la programación de determinados comportamientos culturales.

En conclusión, no existe un dualismo digital ni se puede considerar «la vida real» para referirse a lo sucedido alejado de la tecnología. Todo lo sucedido en Internet está intrínsecamente entrelazado con lo que ocurre en el plano material por lo que se convierte en una red unificada. De igual modo, no puede hablarse de lo únicamente digital, pese a que el nivel de abstracción corporal existe en distintos niveles; los sueños, las drogas, la meditación e incluso Internet no justifican su autonomía, el cuerpo siempre va a estar, cuando no esté significará la muerte.

Aplicando estos aspectos a la investigación personal me doy cuenta de la importancia del cuerpo en contextos simulados. Es decir, Internet es un espacio de contemplación activa, esta dependencia del cuerpo como «accionador de la voluntad» es necesaria en contextos virtuales. Si el cuerpo físico es la suma de las partes de las que se compone el sujeto, la representación de la identidad personal corresponde a los contextos que plantea. El caso de Internet es claro: no existiría sin la existencia de cuerpos, obviamente no es sólo debido a que es una construcción tecnológica (es solo un medio al igual que lo es un cuerpo material), sino porque todo lo que ocurre en él depende del imaginario de cada uno de los usuarios y -al mismo tiempo- del conocimiento que estos obtienen al posicionarse -con su cuerpo- en el mundo físico. El cuerpo visible del sujeto *online* siempre responde a las lógicas del espacio físico, elabora su identidad a través de sus publicaciones, *selfies* o gustos. Pero lo que realmente me parece más destacable de esto es la posibilidad de imaginar cuerpos donde solo hay representaciones fragmentadas de cada usuario.

## *5\_Conclusiones*

Como hemos visto, el recorrido que en esta investigación se propone es la construcción de un término que identifique los comportamientos característicos de la sociedad subordinada a Internet. En los primeros capítulos se articula la relación principal del término adolescencia -como proceso de construcción cultural- e Internet -como artefacto de distorsión cultural-. En base a esta analogía se investiga en los comportamientos e influencias ejercidas por Internet en la cultura masificada y así lograr una aproximación al funcionamiento de esta estructura y las repercusiones artísticas que esta acarrea.

Una vez definido el término se realiza una «construcción significativa a posteriori» en la que se revisa cómo se configura el entorno *online* del usuario y los comportamientos normalizados en ese entorno.

Después de ese ejercicio de aproximación al entorno que me interesa estudiar, podemos extraer las ideas principales con las que se configura nuestra presencia condicionada por la red. Como hemos visto, lejos de las teorías ciber utópicas de principios de los noventa que veían en Internet la herramienta idónea para igualar la voz de cada individuo, la sociedad actual funciona con otros parámetros. Cada sujeto genera una identidad propia mediante la archivación de sus actividades. La interacción y la producción configuran la estructura de funcionamiento de la «sociedad 2.0», el sujeto practica procesos de inclusión y exclusión para generar el entorno modulable donde situarse. Este *cyberghetto* es el resultado de la acción del sujeto *-followers, likes, posts, hashtags-* que reduce su entorno visible y, al mismo tiempo, condiciona la expansión de su mensaje. Esto se convierte en un proceso de reducción de entornos inabarcables hacia arquitecturas personales.

Por otro lado, el control capitalizado de Internet normaliza una biopolítica basada en la gamificación del mundo y la regulación de comportamientos a través de la dopamina. Estos factores infieren en la incorporación del usuario a procesos estéticos ya que la tecnología permite crear contenidos sin conocimiento previo y al mismo tiempo facilita procesos de postproducción de imagen mediante herramientas incorporadas en las redes sociales. El sujeto contemporáneo resultante tiene la capacidad de crear, manipular y administrar su espacio para aportar nuevos planteamientos, la *data curation* se convierte pues en la herramienta de postproducción de contenidos presente en todas las labores de gestión ejercidas por cada usuario. No obstante, es más común que estos aspectos versen sobre la individualización del propio sujeto, por lo que el *data curator* tiene la posibilidad de alejarse de la autoconstrucción del sujeto y construir entornos de significados que escapen de lo autobiográfico para propagar mensajes con mayor eficacia.

Por otro lado, la continua exposición a narrativas hipermedia envuelve al usuario en la continua interpretación e intervención del entorno que lo rodea, que tiene ahora la capacidad de articular las narraciones presentadas y devolver un producto nuevo basado en la selección y reestructuración de lo percibido. El arte en este contexto se entiende como la utilización consciente de los códigos culturales para programar recorridos o comportamientos determinados. Con prácticas artísticas relacionadas con los nuevos apropiacionismos, el *Do It Yourself*, la memética y todos los códigos comunicativos apropiados desde la sociedad. El arte permeado de esta cultura planteada responde siempre bajo los códigos de la programación cultural y, por tanto, adquieren mayor expansión y comprensión por el público, que tiene ahora la capacidad de replicar la acción o interpretar la narrativa bajo sus directrices.

Por lo tanto, mediante el concepto *teenternet* no se pretende lograr definiciones exactas, esta investigación no propone lecturas cerradas del concepto, más bien, pretende generar una selección de ideas válidas que configuren una visión global del término. Facilitar *-mediante ideas independientes-* que el lector sea el encargado de construir mentalmente el significado del contexto presentado. A través de la observación y la selección de citas de otros autores se genera una atmósfera en la que extraer la esencia del significado actualizado y *-a la vez-* destacar cómo evolucionan los conceptos en relación al tiempo en el que son empleados.

\*\*\*

Las aportaciones desarrolladas en este documento sólo deberían ser válidas para este momento social concreto. Esto debería hacernos conscientes de los ritmos que rigen nuestro tiempo, estrechamente ligado a los distintos avances técnicos y *-por consiguiente-* a las repercusiones y comportamientos sociales que estos normalizan en el sujeto.

## 5.1\_Introducción al anexo: Notes on the Teenternet

En «*Notes on the Teenternet*», se reflexiona a modo de diario autobiográfico, de algunos de los aspectos tratados en este documento. Este cuaderno de notas se concibe como una puesta en práctica del concepto *teenternet*. Una guía de uso de este concepto formalizada a través de distintos elementos como imágenes, un léxico de comparaciones gráficas, reflexiones personales o incluso registros de acciones. Se pretende establecer la relación directa con la *data curation*, considerando este diario como una propuesta de comisariado de información observable desde el contexto de un *millennial* tardío que trata de situarse y comprender el entorno que lo rodea. Cargado de inocencia, oposición a referentes, egocentrismo, complejos y todos esos elementos característicos de la cultura adolescente y las crisis ligadas a esa etapa.

El nombre elegido para su formalización tiene su origen del conocido blog “*Notes on the Post-internet*” escrito por Gené Mchugh y en el que, a través de sus reflexiones de la sociedad en Internet, investiga y desarrolla el concepto Post-Internet a modo de diario en la web [www.122909a.com](http://www.122909a.com) (ya fuera de funcionamiento).

Por lo tanto, *Notes on the teenternet* es una aproximación práctica al *teenternet*. Todos los contenidos que dispuestos están basados en la recopilación de observaciones percibidas durante mis estancias surfeables. Con esto no me refiero únicamente a los contenidos *online*, como dejó claro el *postinternet*, el tiempo que permanecemos alejados del ordenador o dispositivos intercomunicados está plenamente condicionado por el tiempo que pasamos conectados a ellos.

Voy a intentar ser lo más coherente con el estilo narrativo

que -a mi manera de ver- refleja el comportamiento *teenternet* por lo que me tomaré licencias creativas no validadas por los criterios institucionales: registro informal, emoticonos o citas de dudoso origen. Este proyecto está en diálogo continuo con las formas propuestas por las redes sociales como herramientas autobiográficas.

Me interesa especialmente la idea de diario debido a que es el medio por antonomasia que remite a la adolescencia. Un diario es una terapia recomendada a adolescentes para desahogarse y reflejar sus preocupaciones, estos pueden definir la personalidad del autor y su posterior revisión sirve para recordar el proceso evolutivo y desplazar al presente los problemas o preocupaciones del pasado.

Por tanto, a través de la simultaneidad de elementos gráficos y textuales abordaré la concepción del mundo a través de la mirada de un *millennial* tardío (nacido en el 1993). Profundizaré especialmente en las diferencias condicionadas por las distintas brechas generacionales existentes en la sociedad actual y reflexionaré de manera práctica sobre Internet como herramienta regularizadora de comportamientos.



## 6\_Referencias

Ayora, Victor. “eSports”, *La alta audiencia de los eSports*, Sportyou, 2017. [En línea]. Disponible en Internet en la dirección: <https://www.sportyou.es/noticias/espectadores-esports-mayores-682085> (Acceso 23/04/2017)

Benjamin, Walter. “El autor como productor”. Traducción de Bolívar Echeverría, ponencia presentada en el instituto para el estudio del fascismo. París. 1934.

Beuys, Joseph. “An interview with Joseph Beuys”. Entrevista por Willoughby Sharp. Artforum, 1969.

Bourriaud, Nicolas, "Postproducción. La cultura como escenario: modos en que el arte reprograma el mundo contemporáneo". Traducción de Silvio Mattoni. Buenos Aires: Adriana Hidalgo editora. 2004.

Brea, José Luis. "Acción comunicativa, prácticas (post)artísticas y dispositivos neomediales". Salamanca: Consorcio Salamanca, 2002.

Burke, Harry. "Younger than Rihanna". Rhizome. 2013. [En línea]. Disponible en Internet en la dirección: <http://rhizome.org/editorial/2013/feb/14/younger-rihanna> (Acceso 08/02/2017)

Castro, Ernesto. "Más allá de la nueva estética | Redes para el arrastre". [En línea] Casa del Lector, Matadero Madrid. 2016. Disponible en Internet en la dirección: <https://www.youtube.com/watch?v=czwBEnizIVY> (Acceso 20/12/2017)

Castro, Fernando. "Estética a golpe de Like: Post-comentarios inestetivos sobre la cultura actual. [Sin notas a pie de página]". Murcia: Fundación Newcastle. 2016.

Debord, Guy. "La sociedad del espectáculo". Chile: Ediciones naufragio. 1995.

Ebo, Bosah Louis. "Cyberghetto or Cybertopia? Race, class, and gender on the Internet". Westport, CT: Praeger. 1998.

Fischer-Lichte, Erika. "Estética de lo performativo". Traducido por Diana Gonzalez y David Martinez. Alemania: Abada editores. 2011.

Flusser, Vilém. "El universo de las imágenes técnicas: Elogio a la superficialidad". Buenos Aires: Caja Negra Editora. 2015.

Goldsmith, Kenneth. "Wasting time on the Internet". New York: HarperCollins, 2016.

Grossman, Samantha. "8 Things I Learned at a Museum Exhibit About Internet Cats". Time, 2015. [En línea]. Disponible en Internet en la dirección: <http://time.com/4020458/internet-cats-museum-exhibit> (Acceso 19/05/2017)

Groys, Boris. "Arte en flujo. Ensayos sobre la evanescencia del presente". Buenos Aires: Caja negra, 2016.

Jurgenson, Nathan. "Digital Dualism and the Fallacy of Web Objectivity", Cyborgology, 2011. [En Línea]. Disponible en Internet en la dirección web: <https://thesocietypages.org/cyborgology/2011/09/13/digital-dualism-and-the-fallacy-of-web-objectivity> (Consultado 24/06/2017)

Kholeif, Omar et ál. "You Are Here. Art After The Internet". Londres: SPACE, 2014.

Klose, Simon "TPB AFK: The Pirate Bay Away From Keyboard". Nonami. [En línea]. 2015. Disponible en Internet en la dirección: [https://www.youtube.com/watch?v=eTOKXCEwo\\_8](https://www.youtube.com/watch?v=eTOKXCEwo_8) (Acceso 08/02/2017)

Lialina, Olya. "Net Art Generations". [En línea]. 2013. Disponible en Internet en la dirección: [http://art.teleportacia.org/observation/net\\_art\\_generations](http://art.teleportacia.org/observation/net_art_generations) (Acceso 20/01/2017)

Manovich, Lev, "Instagram and Contemporary Image", en *Notes on Instagrammism and mechanisms of contemporary cultural identity (and also photography, design, Kinfolk, kpop, hashtags, mise-en-scène, and состояние*. 2016.

Marriotti, Humberto. "Autopoiesis, Cultura y Sociedad, ¿en qué medida la fenomenología social humana puede ser vista como fenomenología biológica?". Autopoiesis.cl. 2006.[En línea]. Disponible en Internet en la dirección: <http://autopoiesis.cl/?a=27> (Acceso 20/03/2017)

McLuhan, Marshall. "Understanding Media, The extensions of man. London; New York: Routledge, 1964.

Olson, Marisa. "Arte Postinternet". Traducido por Paloma Checa-Gismero. México: Cocompress, 2014.

Polly, Jean Armour, "Surfing the Internet: An introduction Version 2.0.2", s.d., 1992.

Prada, Juan Martín, "Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales". Madrid: Ediciones Akal, 2015.

Ranciere, Jacques. El espectador emancipado. 1ª ed. Buenos Aires: Ediciones Manantial, 2010.

Steyerl, Hito. "Los condenados de la pantalla", en *En defensa de la imagen pobre*. Buenos Aires: Caja negra, 2004.

Terrasa, Rodrigo. "Por qué Facebook pudo decidir la victoria de Donald Trump". El Mundo, 2017. [En línea]. Disponible en Internet en la dirección: <http://www.elmundo.es/tecnologia/2016/11/19/582f4726468aeb89308b457d.html> (Acceso 05/03/2017)

Time, "December 25, 2006 | Vol. 168 No. 26". Time Inc, 2006 [En línea]. Disponible en Internet en la dirección: <http://content.time.com/time/magazine/0,9263,7601061225,00.html> (Acceso 08/02/2017)

Van Deer Mer, Antony. "Short Film: Find my Phone – Subtitled". Youtube., 2016. [En línea]. Disponible en Internet en la dirección: <https://www.youtube.com/watch?v=NpN9NzO4Mo8> (Consultado 01/05/2017)

Varela, Francisco. "Organism: A meshwork of selfless selves", en *Organism and the Origin of Self*. Ed. A. Tauber, Dordrecht: Kluwer, 1991.

Virilio, Paul. "El Ciber mundo, la política de lo peor". Entrevista con Philippe Petit, traducción de Mónica Poole. Madrid: Ed Catedra. 1997.

W3techs, "Most popular content languages" [En línea]. 2013. Disponible en Internet en la dirección: <https://w3techs.com> (Acceso 20/01/2017)

Ward, Mark. "En internet hay menos porno de lo que se piensa". BBC, 2013. [En línea]. Disponible en Internet en la dirección: [http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/07/130701\\_tecnologia\\_pornografia\\_internet\\_men](http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/07/130701_tecnologia_pornografia_internet_men) (Consultado 14/01/2017)

Warner, Michael, "Públicos y contrapúblicos". Barcelona: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, 2008.



Manuel Minch  
EINA, 2017





# Notes on the teenternet

---

Manuel Minch



# NOTES ON THE TEENTERNET

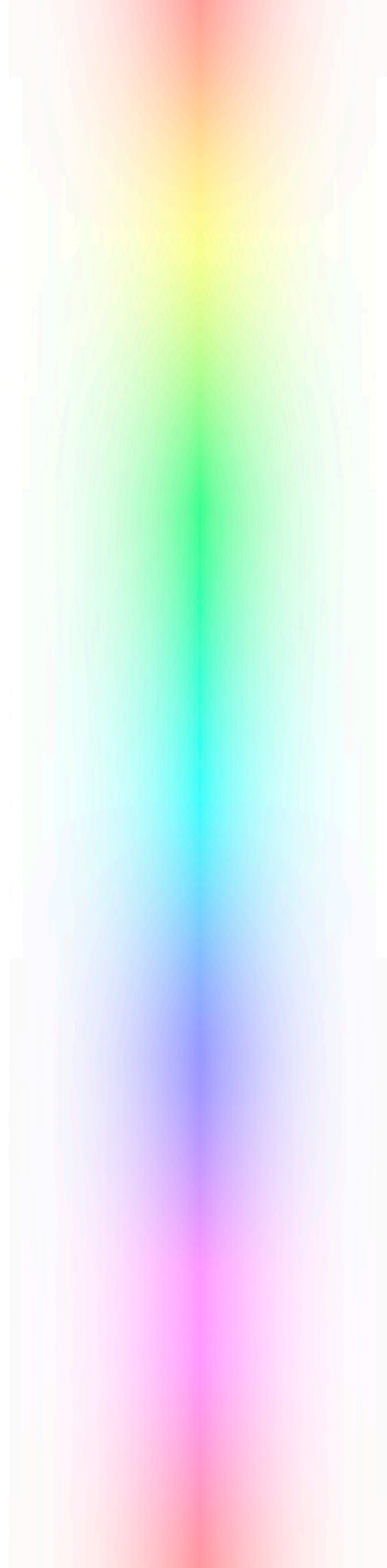
Manuel Minchero

*Anexo de la investigación Teenternet.  
Máster en Investigación en Arte y Diseño.  
EINA, 2017.*



## ***Contenido***

Mi diario teen .....	7
Make the television great again.....	8
Postruth, o cómo creerse todo lo que ves .....	11
Gen Y-Millennials Vs Baby boomers-Silent generation .....	13
Empatía social selectiva .....	16
Guerra contra el terrorismo .....	19
Algoritmos .....	23
Planteamientos prácticos en el teenternet .....	33
Internetamine. Serie slides.....	34
Cuenta de Instagram: @Data_curator .....	38
Constelaciones de significados gráficos de Google .....	42
<i>Tablas</i> .....	55



*Mi diario teen*

## MAKE THE TELEVISION GREAT AGAIN

Vivo desde hace 4 años y medio sin televisión en mi casa, únicamente tengo acceso a este medio cuando visito a mi familia en Santander. Hoy, segundo día de mis “vacaciones” de Semana Santa, me he sentado con mi abuelo en el sofá del salón, televisaban el matinal “Espejo público” en Antena 3 presentado por Susana Griso y un montón de *cotorros* más. Como colaborador especial estaba Francisco Rivera, el torero cateto de turno hablando sobre las protestas antitaurinas durante su pregón en Elda. Francisco, vestido de elegante traje y corbata, se dirigía a los protestantes como “pobres almas” y continuaba lanzando la pregunta: “¿Para ser anti taurino hay que dejar de ducharse?”<sup>1</sup>



Entre risas, y antes de dejar turno de respuesta al ansioso anti taurino que pretendía defender su ideología, la presentadora lo corta y da paso a publicidad. En ese preciso momento el contenido de la pantalla cambia por completo y aparece el siguiente mensaje sobre un fondo plano: “Volvemos en 6 minutos”, obviamente me levanto del sofá y voy a ducharme, mientras tanto, no para de rondar en mi cabeza: ¿Cuántos espectadores habrán visto lo mismo que yo? El señor Rivera ha indicado que son grupos minoritarios de la sociedad los que van en contra de la tauromaquia, pero sé que es mentira debido a que recientemente leí en Internet la siguiente noticia: “El 84% de los jóvenes de 16 a 24 años está “poco” o “nada” orgulloso de vivir en un país con toros, según una encuesta”. Está claro que también habría que corroborar la fiabilidad de las fuentes del periódico *La*

<sup>1</sup> :(

*vanguardia*, no obstante, estoy seguro que se acercarán más a la realidad del pensamiento juvenil.

Es muy curioso cómo la mentalidad que la Televisión propaga es acorde con la generación premilenial (la generación X e incluso la Baby boomer), en cierto modo tiene sentido al ser el medio por excelencia implantado en la gran parte de hogares españoles desde los 60 hasta la actualidad. En este sentido sí que podríamos afirmar que la televisión es madura en casi todos sus aspectos; contenido relativamente controlado y premeditado, carente de espontaneidad, mediado por estrategias sólidas y, sobre todo, por tiempos muy definidos. No obstante, el factor fundamental para comprender la solidez y responsabilidad social de la Televisión reside en la madurez de sus representantes: presentadores y colaboradores, pero especialmente en el *telediario* como fuente de información. Para entender la importancia del telediario español es necesario recapitular hasta sus inicios en España, más concretamente hasta la era franquista. En 1948 se realizaron las primeras retransmisiones televisivas, entre ellas casualmente está una corrida de toros en agosto de ese mismo año en el círculo de bellas artes de Madrid. Pero no fue hasta los años 60 cuando el abaratamiento de los costes facilitó el aumento de hogares con televisor. Lo más representativo de la televisión es el telediario que, casualmente, cumple este año su 60 aniversario (desde 1957 hasta la actualidad). En él se informa de las noticias más relevantes de ámbito nacional, internacional, social y deportivo. Los informativos televisados fueron el principal medio de comunicación sobre el que los ciudadanos tomaban conocimiento de los acontecimientos del momento. Es necesario recordar que durante 34 años la única cadena televisiva era la pública, y hasta el 2006 el director de RTVE era elegido directamente por el gobierno del momento. En este contexto entendemos



este medio como la herramienta de adoctrinación por excelencia hasta la llegada de Internet, donde se reforzaban los valores morales a través de la manipulación ideológica y las retransmisiones de misas.

En la actualidad la tesis que planteo es plenamente materializada por personajes decisivos para el futuro de la sociedad como es Donald Trump. Este personaje utiliza la televisión como su fuente de conocimiento principal. Siendo él una de las pocas personas con acceso completo a la información de la CIA, utiliza la televisión como medio para informarse de lo que ocurre a nivel global. Debido a este modelo de información, ha protagonizado ridículos mundiales como la guerra en Suiza, donde enviaba a través de twitter todo su apoyo hacia la erradicación del terrorismo.

Lo cierto es que es un personaje público que ha llegado a ser presidente de EEUU gracias a sus apariciones televisivas. Ha realizado apariciones en series de comedia que han marcado la infancia de gran parte de la generación millennial como es el caso de la serie televisiva “El príncipe de Bel Air” o los combates de “Pressing Catch”.

The *Washington Post* estimated that Trump logs more than five hours of TV viewing a day, starting his morning with “Fox & Friends” and ending with marathon sessions in the private residence, often reviewing the day’s events on TiVo (“one of the greatest inventions of all time,” he told *Time*)

El narcisismo imparable de Trump en su estado más representativo de adolescencia asincrónica puede ser la razón para que no se separe de la televisión. Le encanta ver su tremenda influencia y cómo lo que dice o lo que hace adquiere un protagonismo excesivo. Parece que su adicción a la televisión es reforzada por las críticas y polémicas que ejerce sobre el contenido que hay en ella. Esto genera un efecto rebote, de la televisión hacia Trump y de sus redes sociales hacia la televisión. Este factor (nada normalizado en un presidente hasta la fecha) convierte la televisión en su propio espejo mágico, donde existe siempre tiempo para hablar sobre su flequillo. Ha creado su propio canal de difusión a través de su cuenta de twitter: RealDonaldTrump que alcanza ya más de 35 millones de seguidores y 35.500 tuits. El

timeline de su red social se convierte en auténtica poesía post-truth.

*He has made the television great again<sup>2</sup>*



### ***POST-TRUTH, o cómo creerse todo lo que ves***

Lo mejor del cyberghetto es que, al igual que en tu círculo de amigos, no es habitual rodearse de ideologías radicalmente opuestas a las personales. Utilizo “no es habitual” porque siempre existe la excepción. Todos tenemos amigos o conocidos que poseen una mentalidad o unos principios opuestos a los personales, normalmente porque nos mantienen ciertos lazos de unión con ellos (vínculos familiares, profesionales o incluso amigos de infancia). Ahora bien, a diferencia que, en el estado natural de la sociedad, en las redes sociales puedes bloquear su contenido o incluso, mediante la simple acción de un *click*, ordenar al algoritmo personal que deje de mostrarte publicaciones de esa persona concreta. Pero si, como yo, no eres de los que les gusta reducir su entorno de acción a la ligera, abrirás las puertas de tu ideología al debate fuera de tu zona de confort.

<sup>2</sup> :D

Con esta introducción pretendo llegar a algo cada vez más común, la credibilidad que ejercemos sobre noticias no contrastadas o simplemente hacia invenciones fácilmente creíbles. Como ya he escrito en la investigación anexa, Facebook iba a tomar medidas en este asunto por lo que parece una censura de doble filo: libertad de expresión versus influencia y poder de la mentira.

Sabemos qué es la verdad y la mentira, pero, ¿qué es realmente la posverdad?, ¿otro de los recientes términos encargados de escapar de los binomios establecidos del sí y del no? La posverdad es la estrategia informativa que apela a los sentimientos por encima de la objetividad. Es decir, la objetividad de la información queda en un segundo plano, y la opinión personal y las emociones que estas despiertan en el receptor son las que mayor fuerza adquieren. Veamos cómo se traduce eso a las redes sociales. Si tomamos estos espacios como un medio informativo, antes de interpretar una noticia deberíamos revisar el origen de esa fuente de información (ya sea un blog o un periódico digital). Si en los informativos, los periódicos o la radio, ese trabajo se supone que estaba cubierto -o respaldado- por el propio canal, en las publicaciones de las redes sociales parece que los *likes* o las veces compartido es la forma de validación. Esta forma de validación es una mera estupidez, pero es un claro indicativo del éxito de la posverdad. Si las emociones son expresadas a través de la acción del like o de la *emotividad* que convierte todo en digno de juzgar, nos topamos con una validación basada en la posverdad. Vamos con un ejemplo práctico de este tipo de noticias que han triunfan en red, algunas de las cuales -debido a su propagación bidireccional aún no se conoce la verdad, o más bien, ambas son o han sido verdad.

*La paliza de un refugiado musulmán a una enfermera española*<sup>3</sup>

Esta noticia que pude ver en el timeline de mi primo (policía nacional) se puede observar claramente a través de una cámara de vigilancia como un individuo pega una paliza brutal a dos enfermeras

<sup>3</sup> :O

en el interior de un hospital. El video no posee audio, pero la crudeza de sus imágenes estremece a cualquiera que las pueda ver. La difusión de este video no circula descontextualizado, lo acompaña un título claro y conciso: “Refugiado musulmán propina paliza a enfermera española.” Y es respaldado por la siguiente descripción:



*“Musulmán dando las gracias por su acogida en Europa en un centro de salud español. Imágenes que TVE no difunde para no caer en la alarma social. ¡Manda huevos, nos van a comer con patatas!”*

Esta noticia alcanzó una rápida propagación por las redes sociales y levantó una oleada de racismo de los sectores de la población ultraderechista. No obstante, días después se comprobó que, lejos de ser un refugiado, el video fue grabado en Rusia y el agresor era un vecino de la localidad. A pesar de que se demostró que todo era mentira, no me cabe duda de que, a día de hoy, mucha gente seguirá creyendo la primera versión como cierta<sup>4</sup>.

### *Gen Y-Millennials Vs Baby boomers-Silent generation*

Viendo la televisión en Santander, junto a mi abuelo, televisan en el canal *National Geographic* un programa llamado *Mayday: Catástrofes aéreas*. En la pantalla se muestran representaciones

<sup>4</sup> :(



tridimensionales a calidad hiperrealista de impactos entre aviones y accidentes aéreos.



Mi abuelo no sale de su asombro: ¡Qué cantidad de accidentes! Los 66 años de diferencia entre nuestras edades parecen razón más que suficiente para que él asimile la información como cierta y yo no tenga motivo ni para replantearme la veracidad de esas representaciones. Volviendo a la clasificación generacional antes descrita, mi abuelo pertenecería a la generación del silencio, llamado así a los nacidos después del primer cuarto del siglo 20, los que vieron desarrollarse los fascismos y las guerras y, en muchas ocasiones, tuvieron que reprimir su libertad de expresión para no caer en la politización de sus palabras. Esta generación posee muchas diferencias, por ejemplo, entre los nacidos en la parte americana (la gran depresión norteamericana) y los países europeos sometidos al nazismo. No hay que olvidar que esta generación será los padres de los *baby boomers* tras la salida de segunda guerra mundial.

\*\*\*\*

Días después, de vuelta a Barcelona, vuelvo a encontrarme en una situación en la que la mentalidad *teen* y la madura se confrontan. Durante el trayecto en avión, aún en la pista de

aterrizaje, mi mirada se clava en el asiento del lateral, en el hay un joven de unos 18 años, de la generación Y nacido sin alternativa en la sociedad internetizada. Este niño obeso comido por el capitalismo de consumo estaba continuamente haciéndose *selfies* junto a su amigo, mientras tanto, a través de la megafonía, recuerdan apagar o poner en modo avión todos los dispositivos tecnológicos antes del despegue. El joven se mantiene en su tesitura. La azafata, tras acabar de escenificar las normas de seguridad, se dirige a él para que apague el teléfono. Él, con desprecio, se quita los auriculares y afirma con la cabeza mientras continúa enviando *Whatsapps*. Mientras tanto, el avión acelera para su despegue, el resto de miradas de pasajeros adultos se centran sobre él, pero parece no darse cuenta debido a que está muy ocupado refrescando el índice de su *Facebook*. Durante todo el trayecto (alrededor de una hora) permanece refrescando redes sociales, contestando *Whatsapps* y realizando fotografías por la ventanilla del avión. Yo sabía que las emisiones del dispositivo tecnológico no interfieren en los sistemas importantes del avión, pero probablemente no sería el caso de los viajeros ligeramente mayores a él.

\*\*\*\*

Dos meses después, retomo este apartado. Mi abuela lleva unos días en el hospital de Santander y yo estoy en Barcelona. Como quería hablar con ella llamé a mi madre y ella me propuso realizar una videollamada a través de Whatsapp. Para mi asombro, mi madre (Baby boomer) controlaba perfectamente esta aplicación. Una vez establecida la conexión, mi madre acercó el móvil a mi abuela. El asombro de mi abuela fue máximo, durante toda la conversación prestó más atención al medio que a lo que salía por mi boca. No paraba de decir frases como: *¡Que mundo este!, ¡cómo flotan las cabezas en la pantalla!*<sup>5</sup> *Me alegro que estés bien hijo, ¡te cuelgo que esto debe ser carísimo!* Obviamente mi abuela –nacida hace 74 años desconoce lo que es el wifi y el 3g y por supuesto que aún no ha llegado a asimilar que la cámara de un teléfono móvil pueda realizar un streaming.

<sup>5</sup>

:D

## EMPATIA SOCIAL SELECTIVA

Esto es un mensaje conseguido a través de un contacto cercano la misma noche de las explosiones cerca del autobús del club deportivo Alemán Borussia Dortmund:

*“En nombre de Alá, el misericordioso, el benévolo, doce infieles fueron matados en Alemania por nuestros benditos hermanos. Pero por lo visto, a ti, Merkel, no te importan tus sucios súbditos. Tus Tornados (aviones de combate) siguen volando sobre el suelo del ‘califato’ para asesinar a musulmanes. Pero permaneceremos firmes por la gracia de Alá.*

*A partir de ahora, todos los infieles actores, cantantes, deportistas y la totalidad de las personalidades en Alemania y otras naciones de los cruzados están ya en las listas de la muerte del Estado Islámico.*

*Y lo seguirán estando mientras no sean cumplidas las siguientes exigencias:*

*-Que se retiren los Tornados de Siria.*

*-Que se cierre la base aérea de Rammstein.”*

Este manifiesto islamista (sin entrar a discutir su veracidad) parece cuanto menos efectivo para despertar y visibilizar el miedo en la sociedad europea. El único herido durante este ataque fallido al autobús del equipo alemán fue el español Marc Bartra, quien, a pesar del “boom” mediático que ha despertado su posible estado de salud, únicamente fue ligeramente herido en el brazo. Esta noticia del día 12/04/17 podría ser una noticia destacable en otros contextos, no obstante, es necesario tener en cuenta que apenas una semana antes, el gobierno de Trump lanzó 59 bombas a la ciudad siria de Homs dejando más de 100 muertos a su paso.

El valor moral de la vida en relación a la situación geográfica de la víctima es indiscutible en la sociedad contemporánea, alcanza la máxima banalización en redes sociales como *Facebook* y en las herramientas que esta red utiliza para comparecer a las víctimas cercanas demográficamente. Podría indicarse el inicio de esta tendencia de la solidaridad a modo de like con la aparición del hashtag *#JeSuisCharlie* tras el atentado contra la sede de Charlie Hebdo el 7 de enero de 2015.



Curiosamente encontramos la primera respuesta activa desde la plataforma Facebook hasta ahora proveedora únicamente de servicios en lugar de contenidos (excepto en el caso del filtro de la bandera LGBT) en noviembre de ese mismo año y también curiosamente en París. Me refiero a lo ocurrido tras el atentado coordinado más grande en Europa occidental después del 11M en Madrid. En los ataques a París en la noche del 14 de noviembre de 2015 murieron 128 personas. La mañana siguiente, Facebook amaneció incitando a todos sus usuarios a aplicar un filtro a su imagen de perfil a través de un visible botón; *“Change your profile picture to support France and the people of Paris.”* Ese mismo día, millones de personas adoptaron ese filtro en sus imágenes de perfil, no obstante, enseguida surgió la polémica en comentarios como este, presentes en esta misma plataforma:

*“I assume it means support and sympathy for the victims of the attack. But this support for the symbol of French nationalism will ultimately be transformed into support of French military operations against ISIS and Syria and whoever else French Intelligence decides is the enemy. While I am not an absolute pacifist, I see war making things steadily worse in the middle east, at a pace that has been steadily accelerating since 2001.” — Chris Sanyk*

Otros muchos comentarios hacían hincapié en la empatía selectiva y la deshumanización de lo culturalmente diferente. Lo que a nivel personal me llamó la atención cuando presencié este *smart mob* fue la cuantificación en días de la preocupación real de los ciudadanos, ¿cuánto tiempo mantendrían la bandera francesa como imagen de perfil? Como me esperaba, en la mayoría de los casos no llegaba a una semana. ¿Sería esto una estrategia de Facebook para medir la permeabilidad de la información recibida? A día de hoy sigue pareciéndome una idea un tanto descabellada...<sup>6</sup>



<sup>6</sup> :/

### GUERRA CONTRA EL TERRORISMO

A los quince años (Julio del año 2009) viajé a Nueva York con mi familia, visitamos los lugares emblemáticos; el Empire State, la isla de Ellis, la estatua de la libertad y como no, la zona 0, donde pocos años antes se encontraban las torres gemelas. No obstante, el lugar que más me llamó la atención fue la capilla de st Paul, lugar utilizado de refugio y zona de descanso para los voluntarios y trabajadores después de los atentados del 11s. Esta capilla se había convertido en un memorial de las víctimas del atentado donde ahora la gente podía depositar sus conmemoraciones. En ella había mensajes de apoyo, imágenes, objetos rescatados, pero sobretodo banderas de Estados Unidos. Aún era joven para darme cuenta de las expresiones nacionalistas que había traído de la mano los atentados, la unidad nacional frente al terrorismo era obvia y repercutió en varios aspectos; el aumento del reclutamiento militar entre jóvenes estadounidenses, el apoyo social a la denominada “guerra contra el terrorismo” y la justificación del aumento de las medidas para salvaguardar la seguridad nacional y la defensa del país a través del ciberespionaje del que Snowden y otros ex trabajadores de la NSA protestaron hasta la actualidad. El 11 de septiembre del 2001 no sólo tuvo repercusiones dentro de la nación norteamericana, se convirtió en el acontecimiento más importante del siglo XXI, tanto es así que marcó el cambio de una generación. Según los investigadores, la generación *millennial* acaba precisamente en el 1996 debido a que la población del mundo es capaz de recordar lo que hacía en el momento que presencié el atentado a través de los medios de comunicación.





El significado de terrorismo puede describirse a grandes niveles como sembrar terror, pero entonces, ¿cuál es la gran diferencia entre guerra y terrorismo? Parece ser que la palabra “guerra” indica una lucha prolongada entre dos o más naciones, mientras que el terrorismo se supone como una forma violenta de lucha que persigue la destrucción del orden establecido a través de intimidación y de sembrar terror. Por lo tanto, la guerra responde a enfrentamientos definidos mientras que el terrorismo se corresponde con planteamientos ideológicos. Con esto quiero decir que, en una guerra entre países el campo de batalla queda definido, con el nombre “guerra contra el terrorismo” se potencia una lucha contra una ideología en lugar de un enfrentamiento contra un espacio definido. Este nombre da pie a justificar la lucha contra todo lo que pueda desestabilizar los principios ideológicos de la nación, lo que lleva a justificar el control excesivo a los ciudadanos del propio país y a reforzar los ideales nacionalistas, así como justificar actos de barbarie ejercidos sobre otros territorios externos.



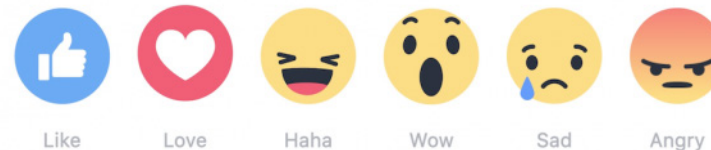
## ALGORITMOS

Hace unos años Facebook añadió una actualización bastante peculiar en su código fuente: Se rompió el dualismo entre el indicador del sí «me gusta» o «no me gusta». Puede parecer un hecho bastante insignificante, o una llamada a la razón. Pero me temo que muy lejos de ser verdad, el objetivo real era establecer estadísticas más fidedignas con fines comerciales y perfeccionar el algoritmo personal a niveles no sospechados.

La policía belga recomienda no utilizar las reacciones de Facebook frente a otros post con el objetivo de proteger la privacidad. Según la policía belga: “*The icons help not only express your feelings, they also help Facebook assess the effectiveness of the ads on your profile*”. Esto, al fin y al cabo, se traduce en un cyberghetto en el que la publicidad que se te ofrece se corresponde con lo que te gusta, pero no solo eso, Facebook ha admitido que si «te cabrea» un post, probablemente dejará de mostrarte otros similares.

Ben Grosser, uno de los artistas que casualmente pertenece a mi cyberghetto, ha creado “Go Rando” una obra para subvertir este algoritmo de Facebook. Esta pieza consiste en una extensión de Google Chrome que otorga valores aleatorios a los post del timeline. Según Ben esta extensión funciona de la siguiente manera:

*“Every time you click “Like”, Go Rando randomly chooses one of the six “reactions” for you. Over time, you appear to Facebook’s algorithms as someone whose feelings are emotionally “balanced”—as someone who feels Angry as much as Haha or Sad as much as Love.”*



Para comprobar la importancia del *like* como indicador de mi presencia y personalidad voy a permanecer un mes completo (30 días naturales) sin reaccionar ante ningún post de Facebook<sup>7</sup>. Aunque mi «huella» no esté presente en los post, redacto aquí en una lista todos los likes o reacciones críticas que me he reprimido comenzando desde la mañana del día 15 de abril hasta el 15 de mayo del 2017. Con esto se pretende estudiar, desde primera persona, como condiciona mi navegación y cómo afecta a las publicaciones que me sugiere la red social después del experimento.

- El comentario de respuesta a la publicación en donde anuncio el comienzo de mi performance. (Me gusta)
- Nuevo tatuaje de un amigo. (Me gusta)
- Un amigo seleccionado para una beca. (Me encanta)
- Un amigo inaugura una exposición individual. (Me encanta)
- Selfie de un amigo en su casa. (Me gusta)
- Una publicación en la que me ha etiquetado una antigua profesora de mi carrera. (Me gusta)
- Un videoclip nuevo de mis amigos. (Me encanta)
- Una obra de arte digital. (Me gusta)
- Una fotografía del gato de un amigo. (Me gusta)
- La opinión política de un amigo. (Me gusta)
- Un meme bastante gracioso. (Me divierte)
- El evento creado por un amigo. (Me gusta)
- Una imagen viral sobre un pato. (Me gusta)
- Un amigo asistirá a un evento cerca de mí. (Me gusta)
- Las fotos del concierto de un amigo. (Me encanta)
- Una exposición comisariada por una conocida en Manchester. (Me gusta)
- Fotografía de un amigo con gafas de sol. (Me gusta)
- Inauguración de una exposición que me interesa. (Me gusta)
- Un meme sobre un gato. (Me gusta)
- Un video de un contacto que critica que hay aviones que fumigan para evitar la lluvia. (Me entristece)
- Un video selfie de mi extutor de carrera bailando frente al espejo. (Me encanta)

<sup>7</sup> o.O

- Una imagen viral compartida por un contacto sobre un perro manchado por el barro. (Me gusta)
- El dibujo de un amigo tatuador. (Me gusta)
- Una obra 3d de un amigo. (Me gusta)
- Una publicación de un amigo con insomnio (Me gusta)
- Un meme sobre la tercera guerra mundial. (Me entristece)
- Un meme sobre Donald Trump. (Me encanta)
- Una noticia de Vice sobre la obra de un amigo. (Me gusta)
- La participación de un amigo en un proyecto de comisariado. (Me gusta)
- El acto de clausura de la exposición de un amigo en Madrid. (Me encanta)
- Las imágenes de la exposición de un amigo. (Me gusta)
- Un comentario en el que se me menciona. (Me gusta)
- El nuevo disco de música de unos amigos. (Me encanta)
- Una fotografía publicada por mi novia. (Me gusta)
- Una imagen vaporwave. (Me gusta)
- Un contacto ha compartido una imagen publicada por mí. (Me gusta)
- Imagen del cartel de una exposición en la que participo. (Me encanta)
- Imagen compartida del cartel de una exposición en la que participo. (Me encanta)
- Imagen de un amigo pinchando música. (Me gusta)
- Videoclip de música vaporwave. (Me entristece)
- Nueva imagen de perfil de un contacto. (Me encanta)
- Una noticia de política de un contacto francés. (Me entristece)
- Una amiga inaugura una exposición colectiva. (Me gusta)
- Un grupo de amigos de fiesta. (Me gusta)
- Un meme de unasocas. (Me divierte)
- Una fotografía del Nokia modelo 3310. (Me entristece)
- Una frase política de un contacto. (Me gusta)
- Un vídeo crítico contra el machismo. (Me entristece)
- Una página de netart. (Me gusta)
- La publicación de un libro de un conocido canadiense. (Me encanta)

- Una imagen viral creada por un contacto. (Me encanta)
- Una imagen de un nuevo contacto. (Me gusta)
- Una imagen de un nuevo contacto. (Me gusta)
- Una imagen de un nuevo contacto. (Me gusta)
- Un enlace a una web de arte digital. (Me gusta)
- La opinión política de un profesor. (Me gusta)
- El 27 aniversario de la colección de arte donde trabajé el año pasado. (Me gusta)
- Un video de humor. (Me divierte)
- Una publicación de un profesor en el grupo del máster. (Me gusta)
- El graffiti de un amigo de mi crew. (Me gusta)
- Cartel del concierto de un amigo. (Me gusta)
- Una pieza de net art. (Me gusta)
- Un video de un aro de hula hoop que cambia de color. (Me gusta)
- Una publicación que han compartido de mi tablón. (Me gusta)
- Un tatuaje que ha hecho un amigo. (Me gusta)
- Las imágenes del escaneo cerebral de un contacto. (Me gusta)
- Un álbum de fotos ridiculizando a Elon Musk. (Me encanta)
- La nueva imagen de perfil de un contacto. (Me gusta)
- Obra de arte digital. (Me gusta)
- Fotos de una exposición comisariada por una amiga (Me gusta)
- Las bases de una convocatoria de arte. (Me entristece)
- Un video donde taladran un Iphone 7. (Me gusta)
- Un meme sobre el ASMR. (Me divierte)
- Una imagen de Vladimir Putin sobre un unicornio. (Me encanta)
- Un video en 360° del tráiler de una película. (Me entristece)
- Una cría de koala comiendo. (Me encanta)
- El programa de radio de una amiga. (Me encanta)
- Un comentario sobre mi publicación. (Me gusta)
- Un video en streaming que interactúa con las reacciones que recibe. (Me asombra)
- Un selfie de un amigo. (Me gusta)

- Fotografía de la exposición de un amigo. (Me gusta)
- Un post de emoticonos. (Me gusta)
- Un álbum de imágenes de Wolf Lieser. (Me gusta)
- Un meme de alguien fotografiando La Mona Lisa a través de la cámara de otro móvil. (Me entristece)
- La imagen viral de un gato tecleando sobre un Macbook pro. (Me gusta)
- Una imagen que salgo con unas amigas. (Me gusta)
- La imagen de cumpleaños de un amigo. (Me gusta)
- La campaña publicitaria de un amigo. (Me gusta)
- Un hombre pisando una obra de Klein. (Me divierte)
- Una mochila que mezcla el logo de Pokémon con Doraemon. (Me asombra)
- Una obra new aesthetic. (Me gusta)
- La obra digital de un amigo. (Me gusta)
- La participación en una exposición colectiva de varios amigos. (Me gusta)
- El graffiti de un amigo. (Me gusta)
- Obra de arte digital de un contacto. (Me gusta)
- La fotografía de la exposición de un contacto. (Me encanta)
- Obra en formato gif de un amigo. (Me encanta)
- Publicación crítica contra el Partido Popular. (Me gusta)
- Noticia sobre el Partido Popular. (Me entristece)
- La publicación de un amigo que se muda al extranjero. (Me asombra)
- Video viral de un gato que se cae. (Me gusta)
- Noticia sobre Donald Trump. (Me entristece)
- Fotografía de la hija de una amiga. (Me gusta)
- Un ciclo de conferencias al que voy a asistir. (Me gusta)
- Obra de arte digital. (Me gusta)
- Una imagen viral de un contacto. (Me gusta)
- Una fotografía de mi prima. (Me gusta)
- Un texto crítico de un contacto. (Me gusta)
- Un gif de arte digital de un contacto. (Me gusta)
- Un meme de arte. (Me divierte)
- Unas conferencias que me interesan. (Me gusta)
- Un meme sobre Kim Jong Un. (Me gusta)

- El estado irónico de una amiga. (Me gusta)
- Una amiga va a ir a un evento de arte. (Me gusta)
- Un amigo denuncia que los aviones fumigan las nubes para que no llueva. (Me entristece)
- Una canción de Britney Spears publicada en el tablón de un amigo. (Me gusta)
- Un meme sobre el Postinternet. (Me gusta)
- Un gif de un amigo artista digital. (Me gusta)
- Un video de playground. (Me gusta)
- El estado de una amiga. (Me gusta)
- Un amigo va a visitar Londres. (Me gusta)
- Un video de como cocinar una lasaña. (Me gusta)
- El cartel que ha diseñado un contacto para un concierto de pueblo. (Me gusta)
- Una amiga ha visitado el plató de un programa de humor. (Me gusta)
- El screenshot de un Skype entre dos artistas que tengo de contactos. (Me gusta)
- Una noticia del TheGuardian.com. (Me gusta)
- Una imagen con estética Postinternet. (Me gusta)
- Un video de un fail. (Me divierte)
- Un gif de una esvástica estallando. (Me gusta)
- Un contacto ha firmado la petición para prohibir los anuncios televisivos de apuestas online. (Me gusta)
- Una imagen 3D de un contacto. (Me gusta)
- Una imagen con estética retro. (Me entristece)
- Un meme de Constantino Romero (Me gusta)
- Un video sobre un invento revolucionario. (Me gusta)
- Un video parodia en 3D sobre la violencia de una aerolínea. (Me gusta)
- Una amiga está terminando su tesis doctoral. (Me asombra)
- Una publicación que anuncia una cámara de súper alta definición (Me gusta)
- La fotografía de un cuadro de arte contemporáneo. (Me gusta)
- Un video de unos loros con actitud agresiva. (Me gusta)
- Un video sobre la basura espacial que orbita sobre la tierra. (Me entristece)

- Una imagen en 360°. (Me gusta)
- Un video en streaming de un amigo que tatua a otra persona. (Me gusta)
- Una imagen con estética oriental. (Me gusta)
- El graffiti mural de un amigo. (Me gusta)
- Una imagen de Donald Trump reducido de tamaño. (Me divierte)
- Una noticia sobre las elecciones francesas. (Me gusta)
- El cumpleaños de un amigo. (Me gusta)
- Un contacto está rodando un video para una empresa conocida. (Me entristece)
- Una noticia de El País sobre la masificación turística en Barcelona. (Me entristece)
- Una imagen del adelanto de la exposición de un amigo argentino. (Me gusta)
- El selfie de un amigo de vacaciones. (Me gusta)
- Un vídeo crítico sobre el capitalismo. (Me gusta)
- Un concurso musical ganado por unos amigos. (Me encanta)
- Un comentario en mi timeline. (Me gusta)
- Un meme sobre un perro. (Me gusta)
- Un meme sobre una anciana. (Me gusta)
- Un video de noticias sensacionalistas. (Me gusta)
- Respuesta a al comentario en mi timeline. (Me gusta)
- La fotografía de unos amigos de fiesta. (Me gusta)
- Un videoclip compartido por un contacto. (Me gusta)
- Un video en 360 grados. (Me gusta)
- Una amiga asistirá a un evento cerca de mí. (Me gusta)
- El comentario de respuesta de un amigo sobre el evento al que va a asistir mi amiga. (Me gusta)
- Una pregunta de el tablón de un contacto. (Me gusta)
- Un amigo ha perdido su telefono. (Me entristece)
- La publicación mensual de una revista online de net art. (Me gusta)
- Un video de callejeros compartido por un contacto. (Me gusta)
- Un meme en video sobre una pelicula. (Me gusta)
- Un video sobre la contaminación. (Me gusta)
- Un video de fails. (Me gusta)



- Una imagen glitch. (Me gusta)
- Un video de unos cazadores (Me entristece)
- Un meme sobre los curators (Me divierte)
- La imagen 3d de un amigo (Me encanta)
- La foto de una amiga cuando era pequeña. (Me gusta)
- El estado de una amiga hablando sobre tinder. (Me gusta)
- La portada de la revista Time sobre la ciberguerra. (Me gusta)
- Un video sobre un fanatico de Donald Trump (Me gusta)
- La imagen de un ordenador en una nevera. (Me gusta)
- El videoclip nuevo de mi grupo de amigos. (Me gusta)
- Una publicación crítica hacia Pablo Motos. (Me gusta)
- Un amigo expone en Paris. (Me gusta)
- Las imágenes del concierto de un contacto. (Me gusta)
- El selfie de mi novia junto a sus amigas. (Me gusta)
- Una página de arte digital ha compartido mi obra. (Me gusta)
- La publicación que han compartido en mi timeline. (Me gusta)
- El comentario a la publicación que han compartido en mi timeline. (Me gusta)
- Un meme de arte. (Me divierte)
- Un amigo ha actualizado su web. (Me gusta)
- El estado gracioso de una amiga. (Me gusta)
- Memes sobre Eurovisión. (Me gusta)
- Memes sobre Eurovisión. (Me gusta)
- Video meme sobre el representante español de Eurovisión (Me gusta)

En cuanto vuelvo a iniciar sesión en Facebook y me pregunta: ¿qué estás pensando? Me doy cuenta de mi ingenuidad, Facebook y las redes sociales en general son un diario en sí mismo donde reflejamos nuestros deseos y nuestra manera de enfrentarnos al mundo en relación al tiempo en el que vivimos. Mi cyberghetto permanecía en estado latente, tratando de encontrar el contenido más adecuado para mí, abordándome con posts similares a los que había reaccionado hasta el comienzo de la performance.



A vertical bar with a rainbow gradient, transitioning from red at the top to purple at the bottom, with yellow, green, cyan, and blue in between.

*Planteamientos  
prácticos en el  
teenternet*

***Internetamine. Serie slides***

En el terreno práctico me gustaría comentar brevemente un aproximamiento propio relacionado con el concepto internetamine.

Mediante relaciones de proximidad con el objeto inanimado a investigar se pretende lograr un acercamiento a sus lógicas. Si la tecnocracia nos cosifica como sujetos me interesa como artista investigar en qué aspectos se vuelve evidente. La investigación comienza al observar la mecanización corporal del individuo al relacionarse con objetos inanimados, especialmente con aparatos tecnológicos normalizados en la actualidad como el ordenador y el móvil.

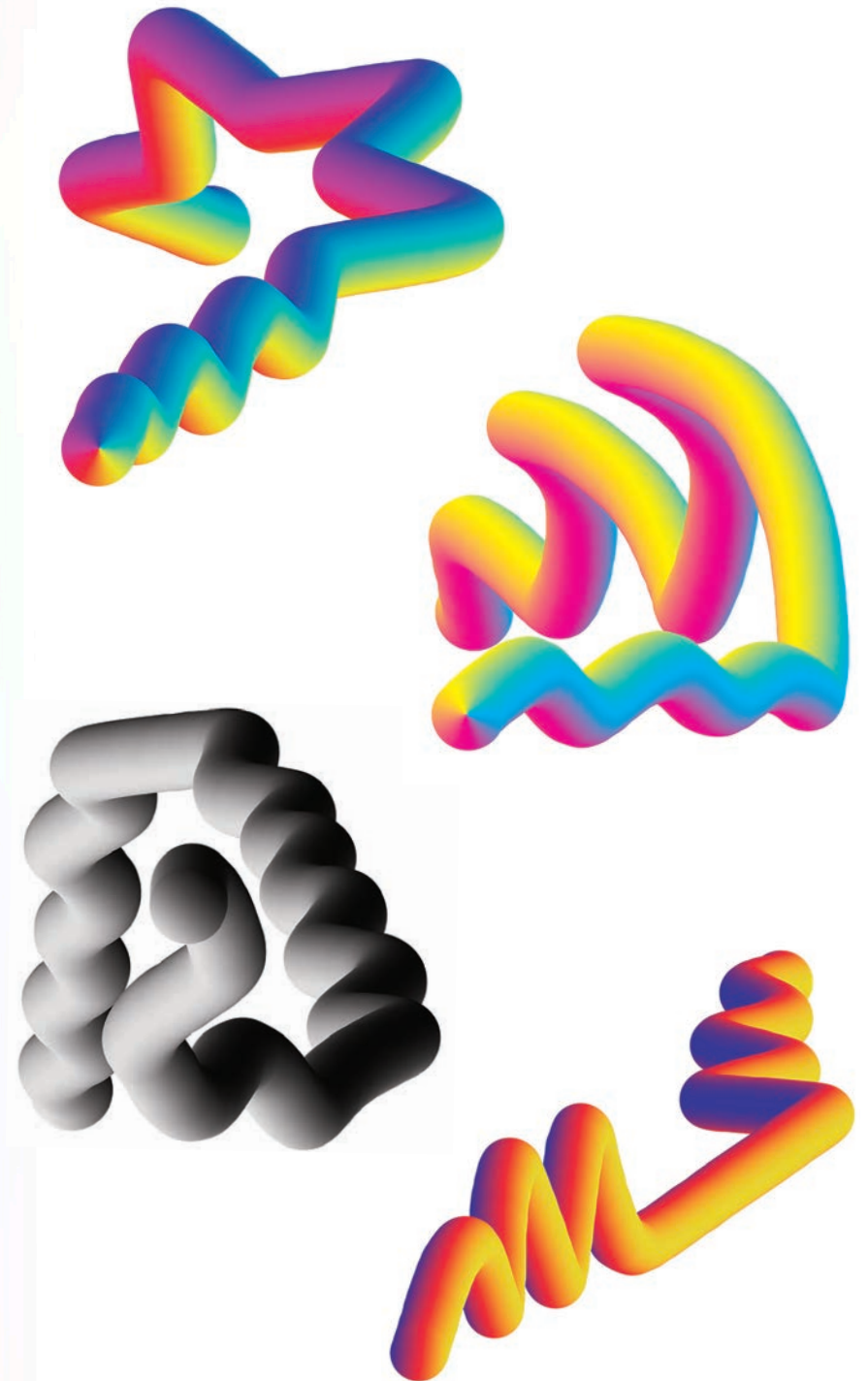
En este experimento los movimientos físicos de la mano, realizados al controlar un ordenador, son reemplazados por movimientos coreográficos con la cabeza. Al intercambiar estos se pretende evidenciar la movilidad mecanizada que estos objetos causan en nuestro cuerpo condicionado por la movilidad reducida que utilizan las interfaces. A partir de esta aproximación se realiza una serie de cuatro piezas realizadas a través de reconocimiento facial, por lo que al desplazar mi cabeza por la webcam, el puntero del ratón se desplaza y se generan las imágenes.

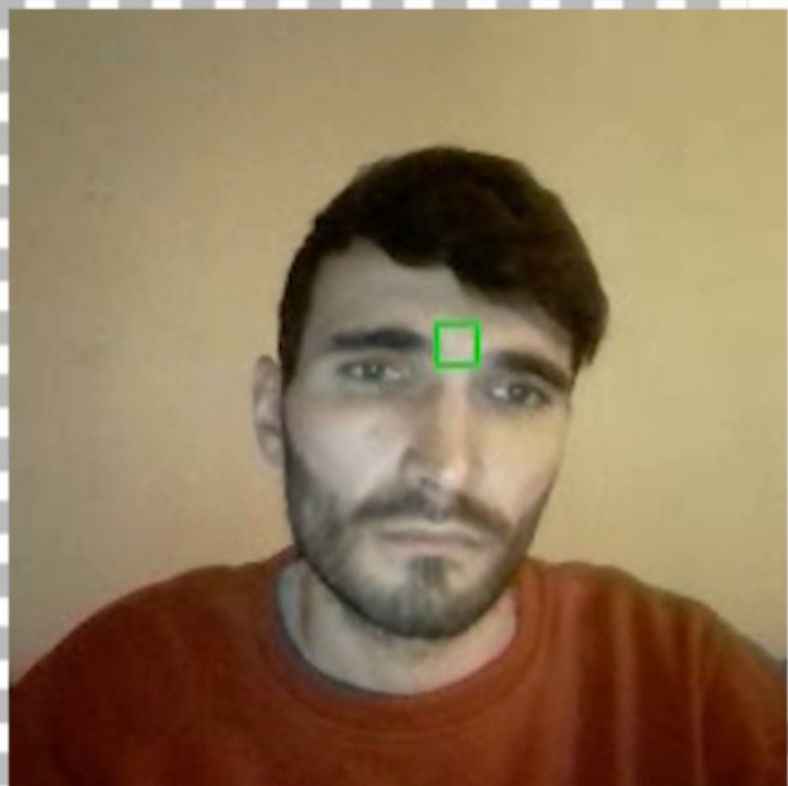
Se investiga desde el acercamiento al objeto, el sujeto se cosifica para aproximarse a la condición del primero y abordarlo desde su cercanía. Esta cercanía no busca categorizar al objeto en parámetros calculables ni deshumanizar al sujeto (sólo temporalmente), el registro se convierte en el objeto de contemplación sobre el que plantear hipótesis.

Enlace a los videos:

<https://vimeo.com/231954734>

contraseña: slides





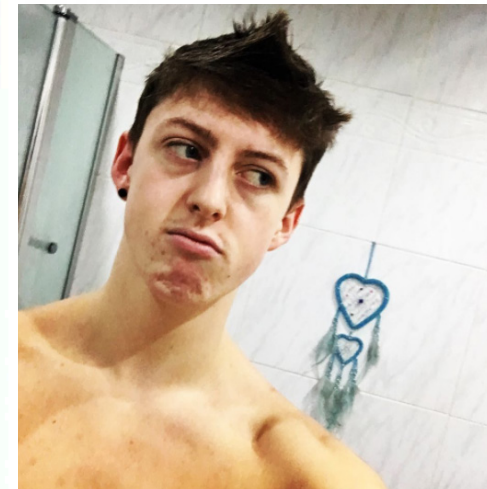
Si nuestro diálogo con el mundo es mediado por un lenguaje que aísla las palabras y las otorga significados en base a los contextos previos aportados por usuarios, quizá podríamos hablar de los #hashtags como una nueva redefinición de esta estructura planteada por Google.

Considerando el hashtag como una forma de taxonomía que encierra nubes de contextos planteados por sus usuarios, los usuarios pasan a ser comisarios de datos. Con el modelo #hashtag se recopilan definiciones transmedia, Instagram se encargaría de la representación figurativa de lo que acompaña a la #almohadilla y Twitter a la suma de opiniones que versan sobre lo que refiere a la etiqueta. Esta categorización del entorno recae también en la categorización del sujeto, frente a esta dinámica el usuario tiende a etiquetarse en categorías marcadas. Los hashtags en los que se incluye cada usuario representan una suma de descripciones que reflejan el autoconocimiento y la autoconstrucción del sujeto mismo y que en cierto modo, muestran sus deseos.

Esta aproximación utiliza el hashtag #selfie, como máximo representante actual de este autoconocimiento del sujeto, si se utiliza una categoría es principalmente para facilitar el acceso a los demás usuarios y volver accesible un contenido. Este reclamo ejercido por los usuarios para exponerse frente al mundo puede verse atacado en este planteamiento práctico.

Mediante la apropiación y modificación de fotografías publicadas con el hashtag #selfie se genera un archivo de imágenes que hacen referencia a autorepresentaciones de usuarios descontextualizadas de su entorno real. Las imágenes se convierten en “caretas” que sirven para imaginar al sujeto en cualquier otro contexto posible. Por lo tanto, si un hashtag puede encerrar en sí infinitos contextos, con la obra propuesta se desplaza este factor para, mediante la apropiación de imágenes públicas, dar pie a imaginar selfies en infinitos contextos.

**The data curator**  
 Descontextualized #selfies  
 Donate your face to the Internet  
 Masks as a camouflage resource



**powell239** Siguiendo

powell239 I got bored, okay? Ft dream catcher in the back👀 #selfie #yoga  
 powell239 @bethanturner\_ pipe down now yeh?🤔

powell239 @bethanturner\_ well I asked nicely🤔

caitlinjones.16 Handsome one ain't you🤔x @powell239

powell239 @caitjones69 lying for? c:x  
 caitlinjones.16 Not lying, telling the truth for once🤔x @powell239

powell239 @caitjones69 ah wow well thank you, you too🤔x

apollo\_originals Dope shot👍👍👍👍👍👍

officialbandana 🤔🤔🤔🤔🤔🤔

👍🗨️  
 205 Me gusta  
 24 DE ENERO

Añade un comentario...

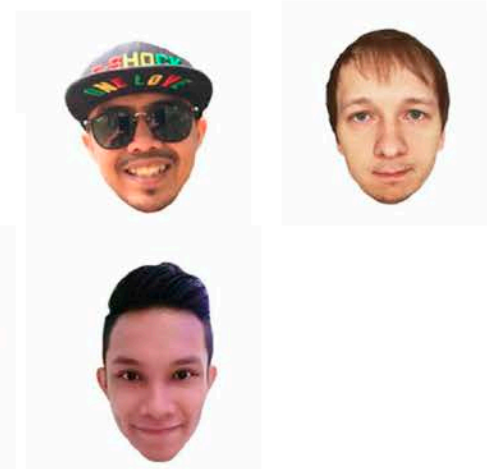
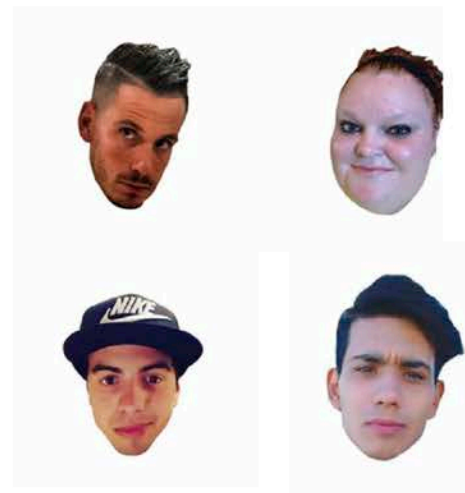
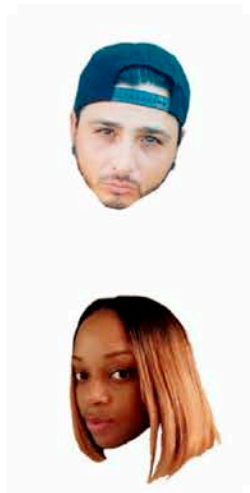
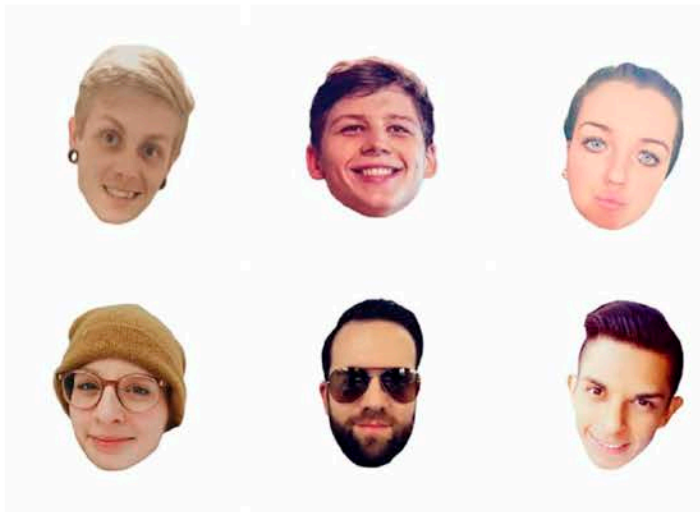
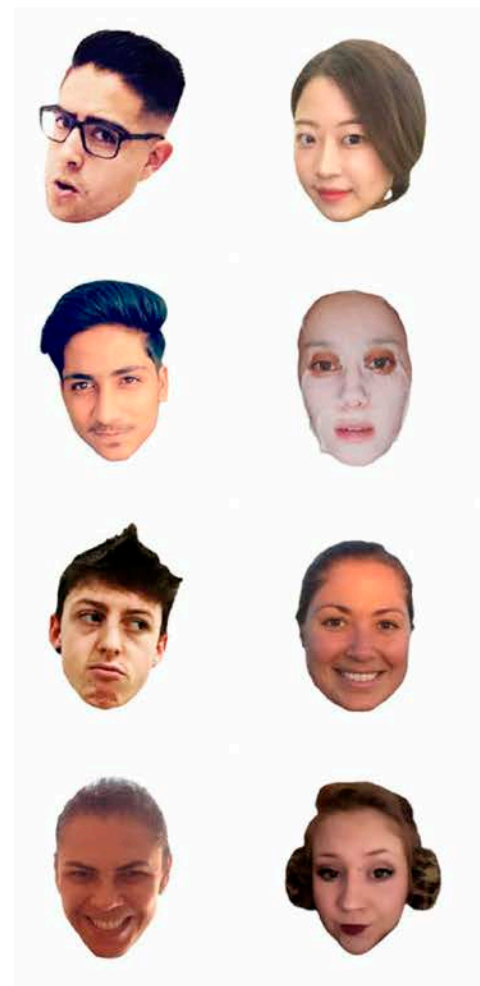
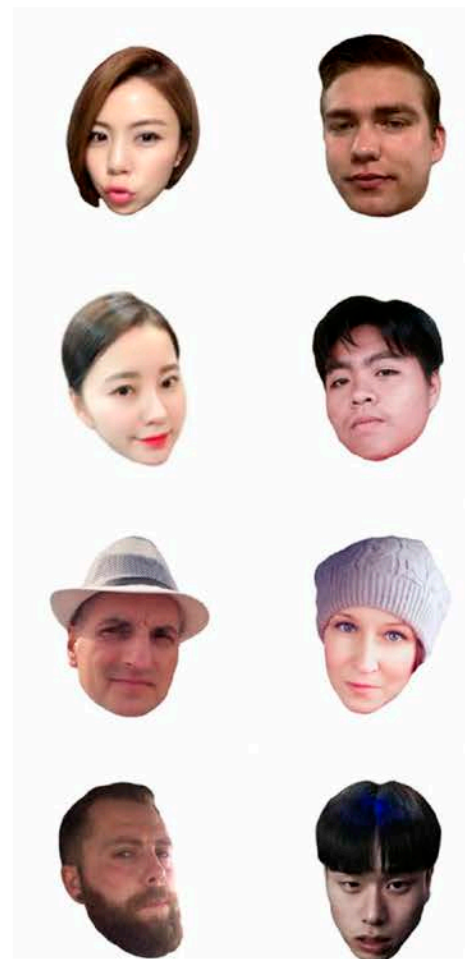
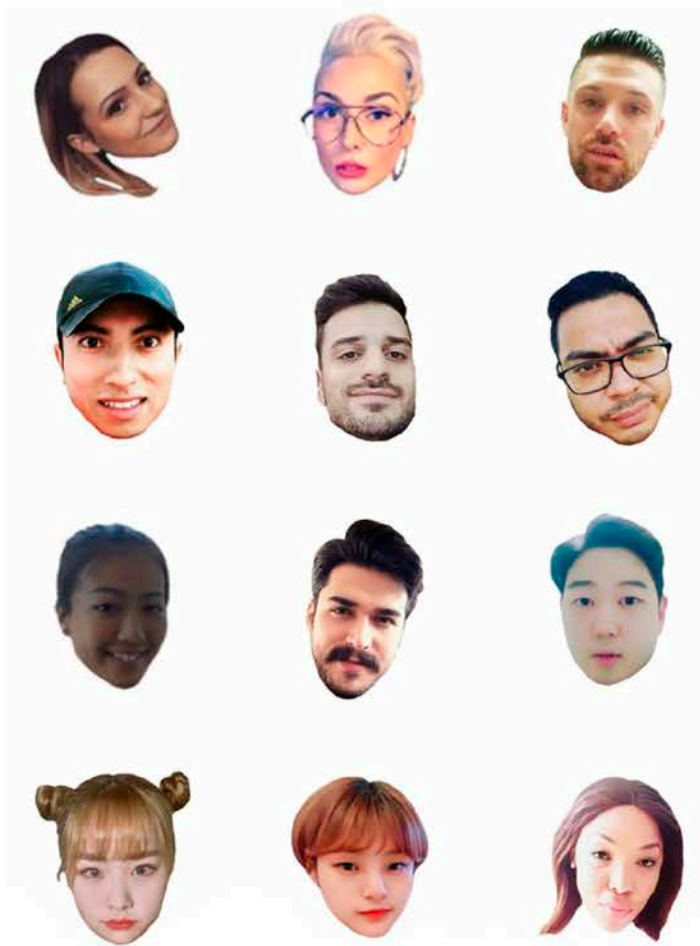
**data\_curator**

data\_curator @powell239 Taken on #selfie hashtag. 2017



👍🗨️  
 21 Me gusta  
 25 DE ENERO

Añade un comentario...

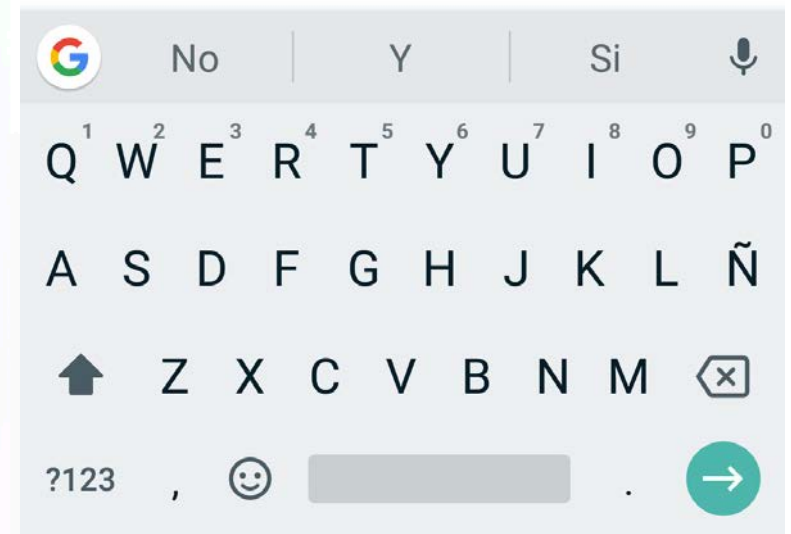


Como hemos visto, Google ofrece definiciones de constelaciones sobre términos concretos. Por tanto, la estructura algorítmica de Google posiciona los enlaces más representativos de cada palabra en la parte superior del buscador, mientras que las menos populares caen en el scroll down de la web. Según esta lógica podemos lograr definiciones generalizadas de términos nombrados durante la investigación y a través de la yuxtaposición con otras búsquedas visibilizar las diferencias entre cada término.

Por tanto, aquí se realizan cinco yuxtaposiciones a través de las cuales se podrá extraer el significado de cada término a través de aportaciones realizadas por usuarios y así destacar la utilización de estos conceptos en la cultura teenternet.

#### Conceptos definidos:

- Millennial / Baby boomer
- Net art / Post Internet
- Algoritmo / Viralidad
- Porno / Gatos
- Artista / Curador

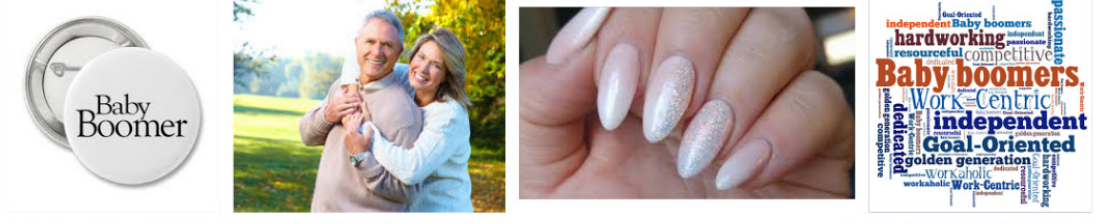
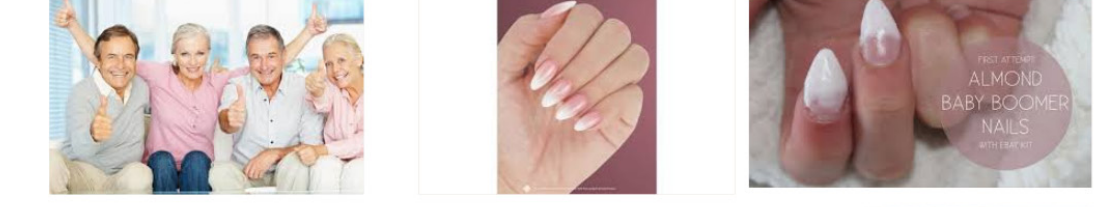


All Images News Videos Books More Settings Tools View saved SafeSearch

All Images News Videos Books More Settings Tools View saved SafeSearch

generation y generation z gen xers hipster the workplace lifestyle music luxury fun fashion

political cartoon female male child active spoiled gen stock photo the workplace diverse

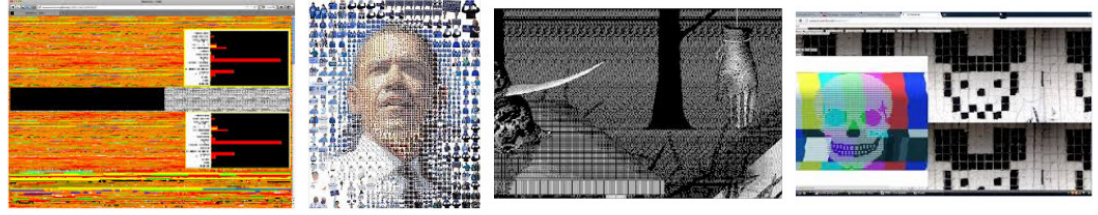
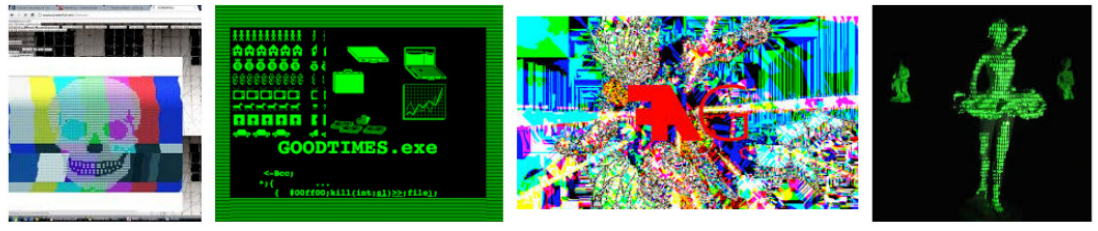
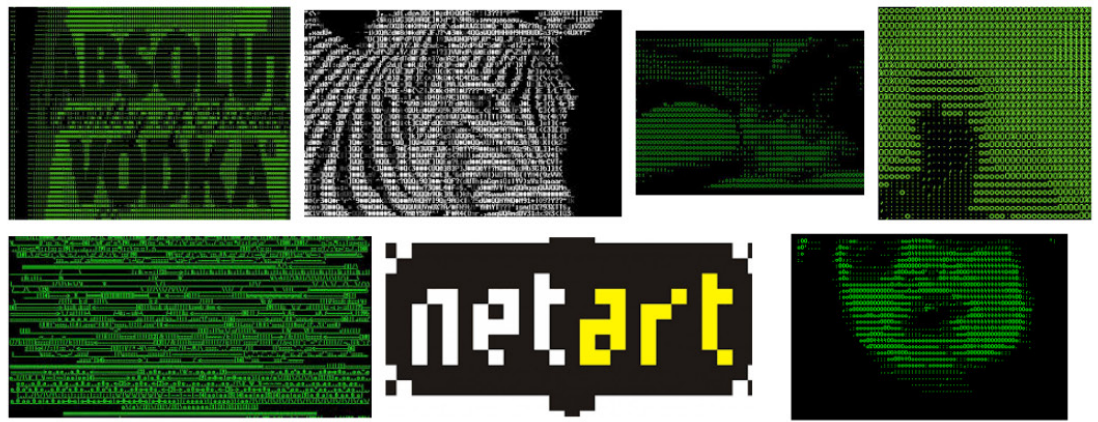




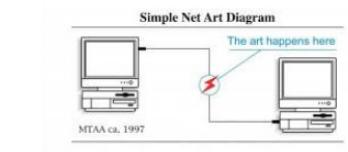
All Images Videos News Shopping More Settings Tools View saved SafeSearch

All Images Videos News Shopping More Settings Tools View saved SafeSearch

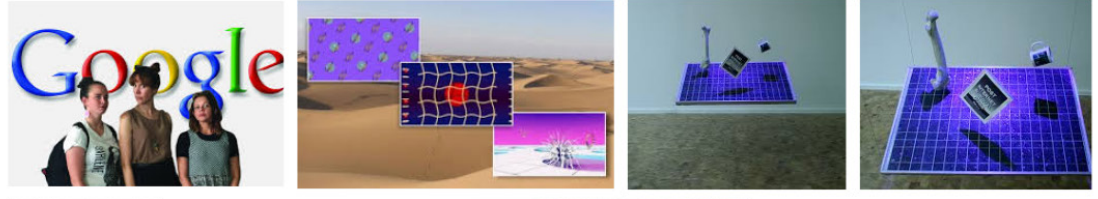
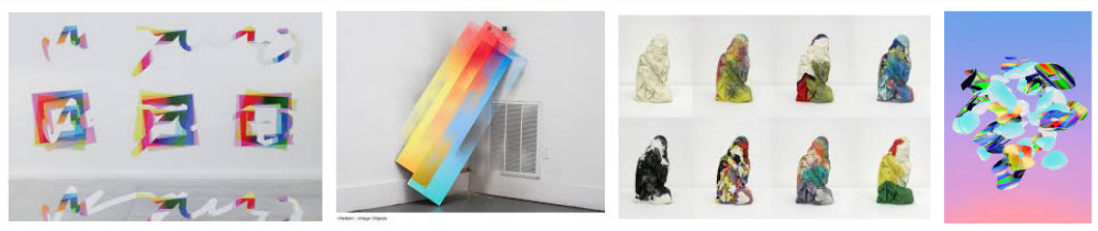
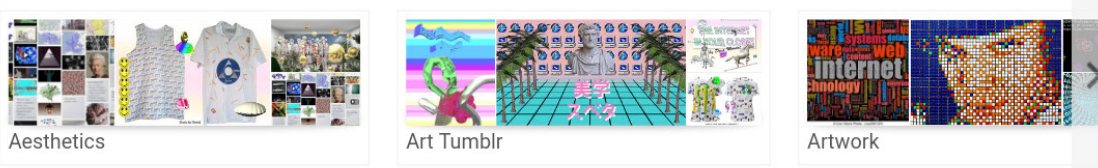
post internet trippy text vaporwave internet explorer abstract 90's visual perception computer code

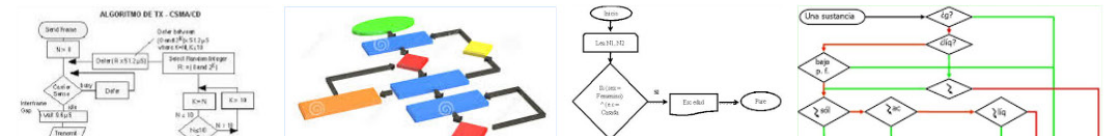
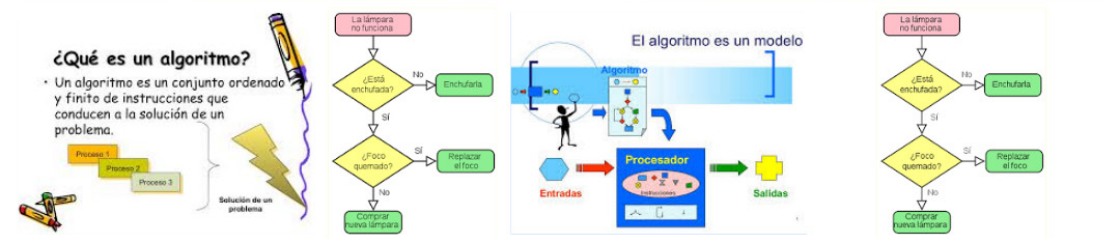
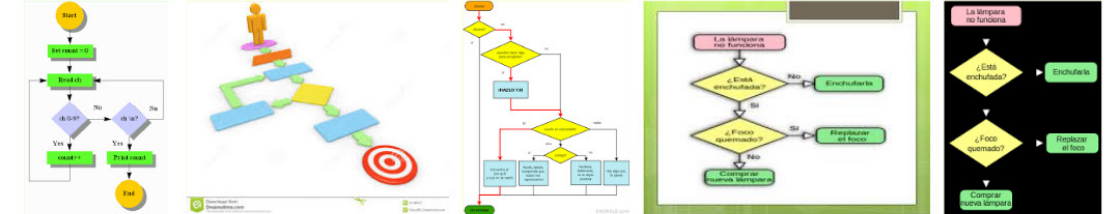
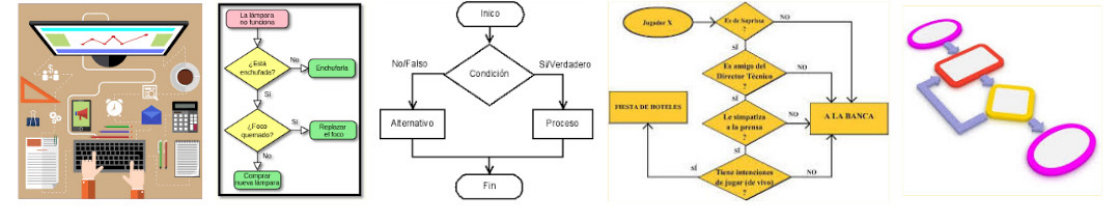
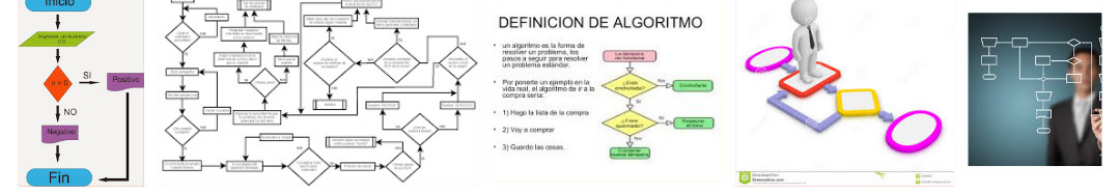
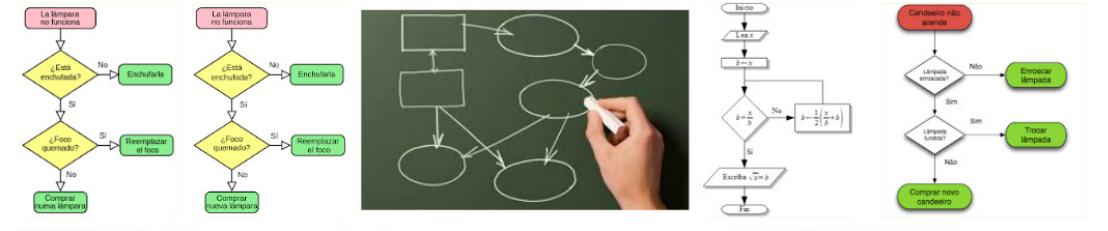


El Net art es un arte desconocido para muchos, a pesar de haber precedido una variedad de actualidades que todos conocemos.



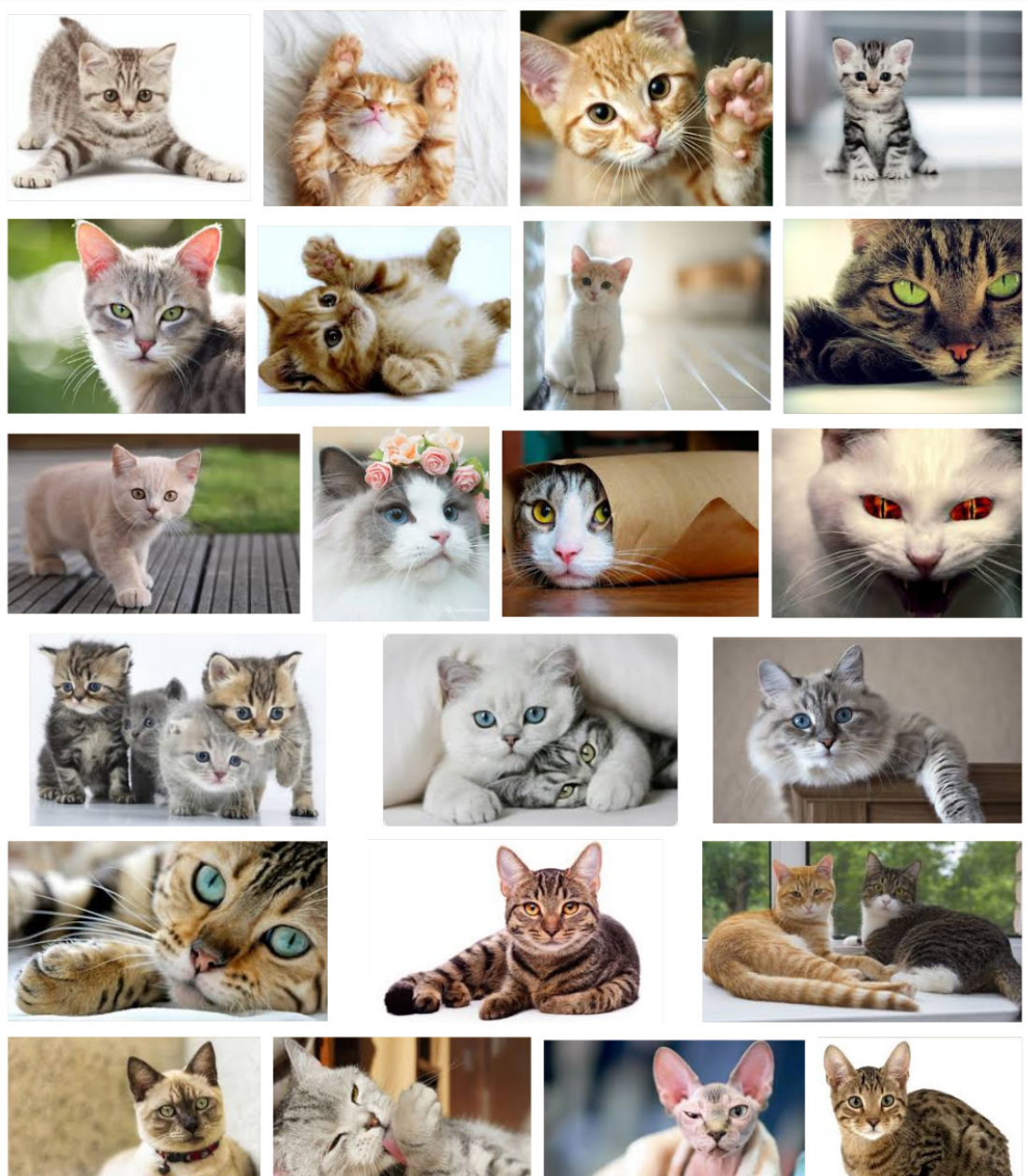
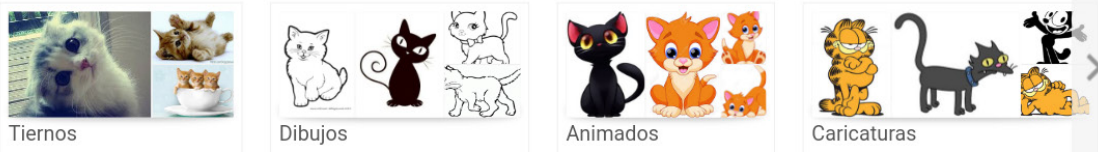
Simple Net Art Diagram

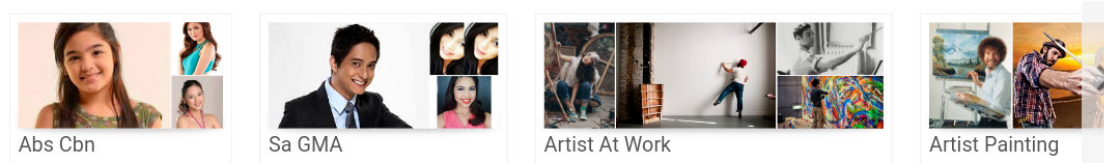




All Videos **Images** Shopping News More Settings Tools View saved SafeSearch

All **Images** Videos Shopping Maps More Settings Tools View saved SafeSearch



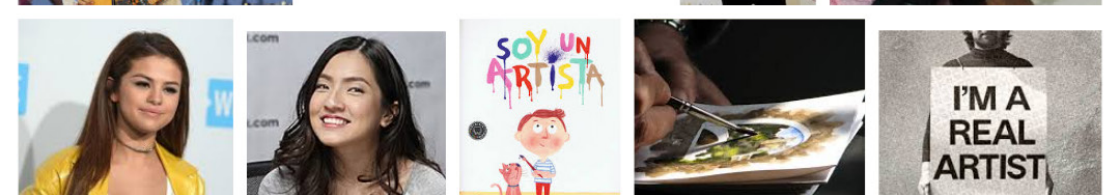
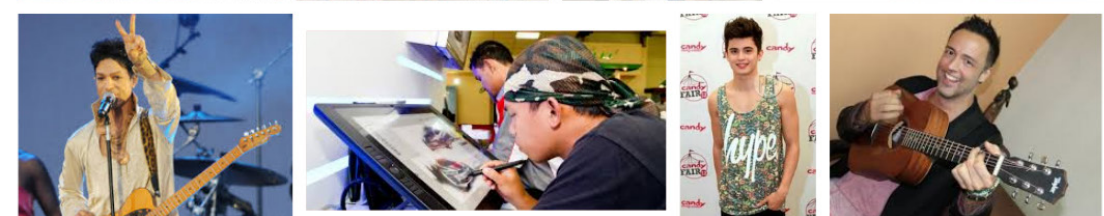
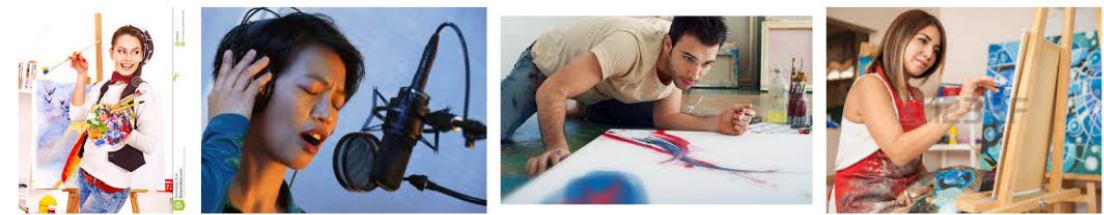


Abs Cbn

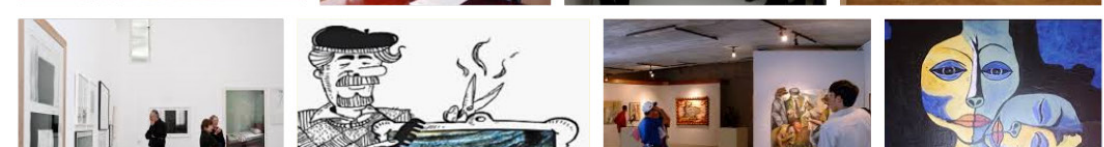
Sa GMA

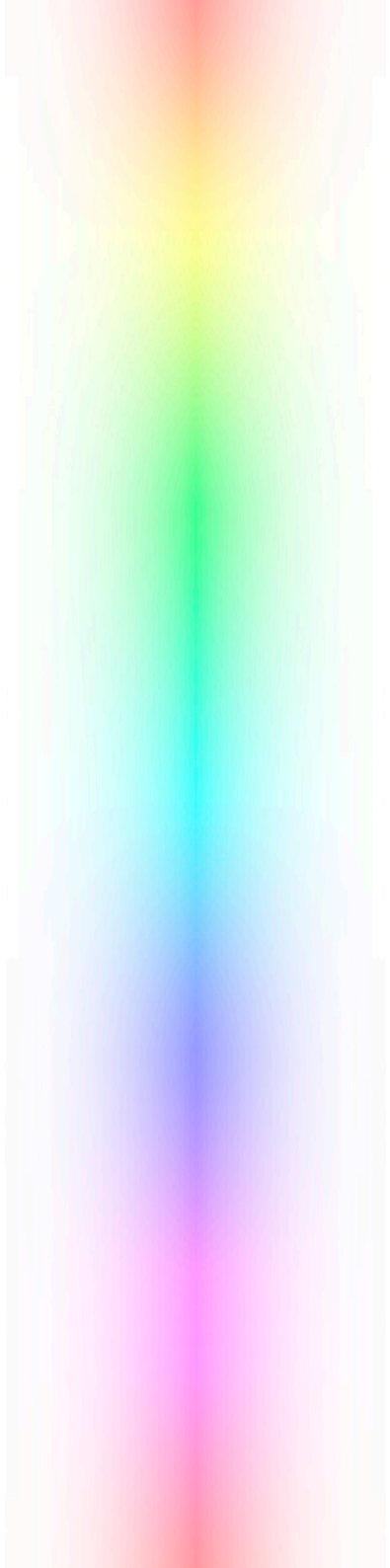
Artist At Work

Artist Painting



CURADOR





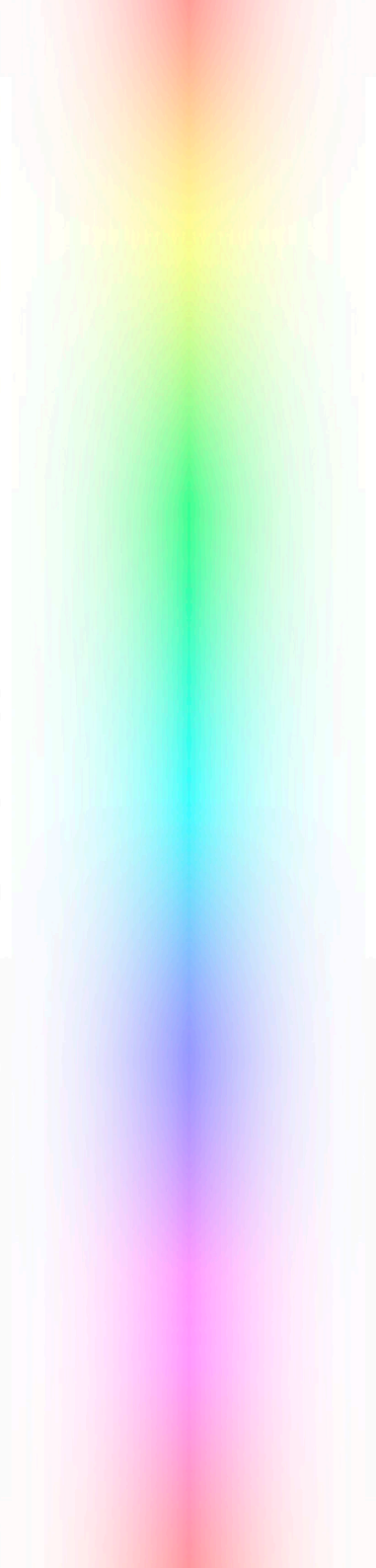
*Tablas*

**Tabla para la interpretación de los comentarios emocionales a pie de página**

:)	Me provoca una irónica sonrisa
:(	Me entristece o me parece algo triste
:D	Este contenido me hace reír
:O	Esto me provoca asombro
:/	No estoy muy seguro de esto

**Tabla de segmentación generacional**

GENERACIÓN	DESDE	HASTA
<b>Generación del silencio</b>	Finales de los años 20	Mediados de los años 40
<b>Baby Boomers</b>	Mediados de los 40	1963
<b>Generación X</b>	1964	1978
<b>Millennials</b>	1979	1996



Anexo de Teenternet,  
Trabajo de investigación de Fin de Master

Manuel Minch  
EINA, 2017

