

CAPÍTULO III

OCUPAR LAS PANTALLAS. LA ADMINISTRACIÓN DEL SENTIR EN LAS REDES SOCIALES

Héctor Ariel Feruglio Ortiz

UNCa – UNIOVI

Resumen

Las redes sociales se han transformado en un espacio para la administración del sentir mediante el uso de dispositivos de vigilancia y de control tecnológicos de las sensaciones. Denominamos a este mecanismo de administración de la vida sensible “poder sensóptico”, y a su efectuación en las redes sociales “sensodata”. Un sensodata es una unidad de control resultante de la cuantificación del efecto sensacional que los procesos de interacción en las redes sociales son capaces de producir. Las unidades mínima expresión como el “Me gusta” popularizada por la plataforma Facebook, pero incorporado en la actualidad en diversos formatos a otras redes sociales como Instagram, Twitter o Youtube, son una efectuación del sensodata. Este dispositivo tecno-social de vigilancia y control de las sensaciones no se articula sobre formas represivas de poder, sino sobre formas emotivas ligadas a la exaltación de los afectos. Su dinámica nos permite visualizar las nuevas formas de control totalitario impulsadas por el capitalismo visual, un control sobre todo estético y emocional, articulado a partir de dispositivos tecnológicos en red capaces de administrar e integrar la vida social y afectiva de los usuarios. Este trabajo pretende abordar dos cuestiones relacionadas con la administración del sentir en las redes sociales:

- a) La economía de las sensaciones en las redes sociales como espacio de articulación del poder sensóptico
- b) La excitación medial en las redes sociales como espacio de efectuación de la economía de las sensaciones

Palabras Claves:

Ocupación- Pantallas- Apariencia- Administración- Economía- Sensación -

A modo de introducción

Me conecto a mi red social en el teléfono móvil... transito con mi dedo pulgar las imágenes, los videos, los comentarios, las escrituras, como si fuera una cinta de moebius palpo su infinitud, devengo una superficie sintiente. Al transitar la interfaz de mi teléfono móvil me convierto en una cosa que siente la excitación inorgánica de la conectividad. No soy yo, ni mi cuerpo el que siente, devengo una imagen-interfaz que conecta sensibilidades, que desplaza todo centro de sensibilidad individual hacia una superficie sintiente. Las interfaces de las redes sociales no dejan nunca de sentir porque traducen nuestras sensaciones a un dato cuantificado en un estado de disponibilidad total. En la sociedad contemporánea las interfaces digitales de nuestros dispositivos han comenzado a sustituir nuestro cuerpo como espacio de excitación, producto de una inversión topológica del sentir. Al conectarme a una red social me convierto en una *interfaz sintiente* en una insaciable excitación medial.

Intercambiar sensaciones

La pregunta para iniciar nuestro trabajo sería la siguiente ¿cómo han llegado las redes sociales a poder de administrar nuestras sensaciones, sentimientos y afectos? Consideramos que su gran acierto ha sido producir un espacio de intercambio de imágenes articulado bajo una economía de las sensaciones edificada sobre la base de una cuantificación del efecto de sensacional. Ésta cuantificación del efecto sensacional expresado en unidades mínimas de expresión como el “Me gusta” se convierte en un lugar estratégico donde se articula una nueva forma de poder que denominaremos sensóptico. Un efecto sensacional se inscribe en las plataformas digitales en unidades mínimas de expresión cuantificadas que indican sensaciones de agrado, de desagrado, de enojo, de alegría, de entusiasmo. La cuantificación de estas unidades de expresión como espacio efectucción del poder sensóptico, permite observar estas nuevas formas control basadas en técnicas de exaltación de las emociones y de los afectos³². El concepto de *excitación medial* utilizada por el filósofo italiano Vincenzo Cuomo, constituye un punto de partida interesante para explicar las formas de administración de la vida sensible en las redes sociales. La posibilidad de administrar la vida sensible mediante la cuantificación de unidades mínimas de expresión en las redes sociales, respondería a las innovaciones que se vienen produciendo en las últimas décadas en los ambientes mediales y a las transformaciones psico-económicas en el capitalismo en las ultimas décadas. “Le

³²In *Brave New Word*, Huxley describe una società umana sottoposta ad un controllo totalitario soprattutto estetico ed emozionale, prodotto attraverso tecniche di esaltazione (e non di repressione) delle emozioni e degli affetti da cui, tuttavia, sono banditi quelli negativi (ansia, sindromi depressive, rabbia, tristezza” (Cuomo, 2014:7).

attuali forma di vita umane sono de un lato el prodotto degli ambiente mediali (fotografia, cinema, radio, televisione, Internet) nei quali vivono e interagiscono, e sono dall' altro il risultato delle trasformazione psicoeconomiche del capitalismo novecentesco" (Cuomo, 2014: 22). La dinámica de las redes sociales como espacio para la administración de la vida sensible mediante una cuantificación de las sensaciones, son el escenario por excelencia donde se despliega éste nuevo paradigma descrito por Christopher Türcke como la sociedad excitada o sensacional.

Estas nuevas formas de expresión social en los ambientes mediales estructuradas bajo una economía de las sensaciones son el resultado de lo que Vincenzo Cuomo describe como un desplazamiento de la psicoeconomía de lo simbólico hacia un psico-economía de lo maquínico. El primer régimen estructurado del lado psique por el inconsciente metafórico lingüístico y del lado de la economía por la producción de mercancía, el segundo fundado por un inconsciente a-metafórico (inconsciente pulsional no lingüístico) del lado de la psique, y por una primacía de la circulación monetaria sobre la producción del lado económico. Ambos regímenes psico-económicos comparten como punto de partida el excedente residual de producción. En el régimen simbólico categorizado como standard de la "producción del espíritu", encontramos de un lado el universal lingüístico y el excedente singular como residuo. "Il régime classico (metaforico-linguistico) comporta l'ideologia della infinita scambiabilità dell'universale linguistico, contraddetta, però, dall'inciampo strutturale della produzione di continui scarti reale (esclusi dallo scambio) (Cuomo, 2014: 24). De un lado tendríamos una suerte de mercancía simbólica infinitamente intercambiable con otras mercancías simbólicas, y del otro, residuos reales inservibles por cuanto no pueden intercambiarse.

Siguiendo la perspectiva de Cuomo, el universal simbólico/lingüístico en su infinita intercambiabilidad operaría en modo similar a la moneda en su capacidad de intercambio con otros significantes. Éstos significantes encontrarían en el universal lingüístico un equivalente capaz de absorber y metamorfosear la significatividad de aquello que puede ser dicho, quedando fuera de lo simbólico, el real in-simbolizable de los objetos y la muda singularidad. De éste modo, la moneda del espíritu encuentra en la moneda de la economía una fuerza que permite escapar a la transparencia del espíritu en su relación consigo mismo, para ser intercambiada con los restos, el descarte, los residuos no determinados por el plano simbólico. Cuando esto sucede, se produce el desplazamiento del régimen metafórico lingüístico (modelo clásico) hacia el régimen libídico-maquínico y financiero. "Alla psicoeconomia capitalistica dello spirito si affianca e si contrapone così un'economia monetaria perversa dei rifiuti, un régime economico non simbolico che non conosce la trascendenza del simbolico né il travaglio del nega-

tivo” (Cuomo, 2014: 25). La moneda del capitalismo financiero en su capacidad de circular entre lo simbólico y su resto, produce una superficie libidinal, un solo plano de inmanencia como espacio de circulación y flujo de energía, sustituyendo la economía metafórica del transporte cuya capacidad de absorber y soportar la energía en el plano simbólico impulsaba un modo de circulación sobre base de una dialéctica entre producción y residuos no simbolizables³³.

Tendríamos de este modo en el capitalismo contemporáneo la posibilidad de describir dos regímenes psicoeconómicas que coexisten y se contraponen, un régimen clásico metafórico caracterizado como neurótico sobre la base del esquema freudiano (la producción de formaciones de compromiso) y un régimen maquínico y libidinal descrito como psicótico en línea deleuziana, o perverso en la línea lyotardiana. El primer régimen constituye una economía del espíritu fundada sobre un inconsciente lingüístico que promueve un proceso continuo de metaforización en formaciones de compromiso, mientras que el segundo régimen no produce actividad simbólica en el flujo de las superficies libidinales, obturando la posibilidad de una simbolización de la energía en formaciones de compromiso en el sentido propuesto anteriormente. Mientras que en el régimen metafórico el residuo no simbolizable es estructural, en tanto que permite establecer un orden significativo a partir de una exclusión del excedente no utilizable, en el régimen libidinal el residuo no simbolizable es puesto sobre el mismo plano que los bienes simbólicos, impidiendo un trazo estructural mediante el flujo de energías en una superficie lisa capaz de conectar cosas.

Transitar superficies

Estas variaciones psicoeconómicas características del capitalismo contemporáneo encontraría en la categoría de psicopoder propuesta por Byung Chul-Han una forma posible de articulación del poder sensóptico. Desde esta perspectiva el psicopoder se articula mediante formas de control emergentes de una positivización de las personas en cosas mensurables y controlables, tanto de los aspectos conscientes como inconscientes³⁴. Consideramos que la efectuación de estas nuevas formas de poder que llamamos

³³ La superficie libidinal, cosí come la describe Lyotard, è da interdersi come un nastro di Moebius in cui il fuori e il dentro sono posti senza soluzioni di continuità sull stesso piano; la psicoeconomia libidinale è quella in cui la moneda circola e connette cada cosa (davvero al di là del bebo e del male) sia los bienes simbólicos che i loro scarti. (Cuomo, 2014: 26)

³⁴ “La apertura del futuro es constitutiva de la libertad de acción. Sin embargo, el Big Data permite hacer pronósticos sobre el comportamiento humano. De este modo, el futuro se convierte en predecible y controlable. La psicopolítica digital transforma la negatividad de la decisión libre en la positividad de un estado de cosas. La persona misma se positiviza en cosa, que es cuantificable, mensurable y controlable. Sin embargo, ninguna cosa es libre. Sin duda alguna, la cosa es más transparente que la persona. El Big Data anuncia el fin de la persona y de la voluntad libre” (Han, 2014:14)

sensorio avanza más allá de la psique como espacio estratégico, para situarse en la administración de la vida sensible como espacio de articulación de un poder sensorio. El poder sensorio emerge en las redes sociales dentro de una economía de las sensaciones, como resultado de una progresiva de-simbolización psicoeconómica, que se entrecruza con el desarrollo de los ambientes mediales para delinear las formas de vida contemporáneas. Los medios deben ser entendidos aquí como ambientes de vida, siguiendo la terminología de Cuomo, en tanto no pueden reducirse a meros instrumentos de comunicación, sino que operan como generadores de condiciones de vida en tanto condiciones de existencia. “Vale dire che essi non sono solo gli ambiente in cui operiamo, ma anche le condizione del nostro operare” (Cuomo, 2014: 32). En esta dirección un medio siempre es un acomodamiento de medios capaces de producir ambientes de hibridación.

Tales hibridaciones no solo implican procesos de tensión a partir de ciertos desordenes ambientales, sino también, en condiciones particulares, son capaces de producir un violento acceso pulsional en la sociedad³⁵. La categoría de sociedad excitada de Christopher Türcke (Cuomo, 2014: 35) permite pensar un perfil de mundo mediado tecnológicamente, donde la valoración de los otros y de nosotros mismos deviene de la producción de sensaciones en términos de “shocks perceptivos, comunicativos y morales”. No sería posible identificar en este contexto la sensación con la percepción, en todo caso, tendríamos una cuasi-percepción o cuasi-experiencia, que no produce comprensión, sino en todo caso una cuasi-comprensión. Esta característica permite situar las formas de vida humana en los ambientes mediales informáticos en una doble vertiente causal, la sociedad excitada por lado, como resultado de un desorden ambiental permanente a partir de la hibridación de los medios capaces de producir de efectos sensoriales y la crisis de lo simbólico por otro lado, producto del desarrollo del hiperconsumismo del capitalismo contemporáneo.

La efectuación del poder sensorio se edifica sobre la base estos fenómenos de avance que implican los avances tecnológicos en los ambientes mediales y las transformaciones psicoeconómicas en capitalismo actual. La administración de la vida sensible mediante una cuantificación del efecto sensorial de las unidades mínimas de expresión de las redes sociales como el Me gusta es uno de los dispositivos que permite desarrollar formas de poder inteligente como afirma Byung Chul-Han. “El poder inteligente, de apariencia libre y amable, que estimula y seduce, es más efectivo que el poder

³⁵ Christopher Türcke ha introdotto un paradigma interpretativo molto interessante, che ben si lega alle considerazioni fin qui svolte. (Implicitamente) egli opone al paradigma proposto por Guy Debord nel 1967, vale dire quello della società dello spettacolo -paradigma radicalizzato da Baudrillard nella nozione di società della simulazione- el nuevo paradigma de la sociedad excitada o del sensorial. La sociedad contemporánea non sarebbe tanto una società dello spettacolo o della simulazione ma una società excitada” (Cuomo, 2014: 34 - 35).

que clasifica, amenaza y prescribe. El botón de me gusta es su signo. Uno se somete al entramado de poder consumiendo y comunicándose, incluso haciendo clic en el botón de me gusta. El neoliberalismo es el capitalismo del me gusta” (Han, 2014:17). El sensodata es un dispositivo que se articula sobre formas emotivas de poder orientadas a la exaltación de las emociones como formas de control totalitario sobre todo estético y emocional. La base de éste dispositivo es un proceso de excitación medial cuya efectucción se expresa mediante unidades mínimas de expresión en las interfaces de las redes sociales. Sin embargo, a contrapelo de una posible consideración de la expresión individual del sentir en las redes sociales edificado sobre la base de una estructuración simbólica, consideramos que asistimos a una obturación y despotenciación de la capacidad simbólica, en una dinámica de interacción que nos captura en el tránsito libidinal de las imágenes-interfaces como superficies sintientes.

Lo que tratamos de mostrar es el modo que la cuantificación de las sensaciones en las redes sociales permite administrar nuestras formas de vida en ambientes mediales por medio una suerte de aturdimiento estético. “Lo stordimento estetico qui no intende significare uno stato di mancanza di attenzione o di insufficiente grado di consapevolezza ma, al contrario, uno stato di massima attenzione all’interazione funzionale con tali ambienti” (Cuomo, 2014: 89). Vincenzo Cuomo (2014) ha utilizado la noción de “aturdimiento estético” confrontada con la noción “atención estética” para caracterizar un aspecto de la vida en los ambientes mediales informáticos. La diferencia entre aturdimiento estético con atención estética estaría relacionada con su característica de depotenciar el universo simbólico, en un juego retórico que emparenta la inmersividad en ambientes mediales informáticos como una imposibilidad de apertura al mismo. Una obturación simbólica producto de un fitness ambiental que impide el acordamiento emocional – cognitivo que implicaría la puesta en movimiento de superficies libidinales articuladas en una economía de las sensaciones como espacio de efectucción de unidades control del poder sensóptico.

Excitar las pantallas

El sex appeal de la conectividad nos intima a producir vida sensible³⁶ para socializarlas en las redes sociales con el fin de producir un efecto de excitación que permita articular nuestras experiencias. Por ello la socialización de nuestra vida cotidiana convierte a las redes sociales en una “máquina de los afectos”³⁷ destinada a administrar nuestra vida sensible mediante dispositivos tecnológicos. Desde la perspectiva de Vicente Serrano Marín (2016) podríamos tomar el concepto de máquina en una doble acepción, como una metáfora que explicita su aplicación a ideologías, religiones, o cualquier otro sistema simbólico en término de máquinas de sentido, capaces de regular la vida afectiva, o simplemente maquina como artefacto o dispositivo destinado a la administración de energías y realizaciones de trabajos, es decir, como herramientas de producción. En su segunda acepción es posible visualizar el uso personal de las herramientas, pero también un uso al servicio de formas ejercicio del poder con el objetivo de someter a las personas a nivel individual y colectivo. Las nuevas tecnologías han permitido el desarrollo de máquinas sociales capaces de modificar las formas de articulación del poder de organización de la vida afectiva tradicionales basados en modelos represivos, para orientarse modelos emotivos en los entornos digitales. Para Serrano Marín el uso de las tecnologías de comunicación en las relaciones poder ha comenzado a desarrollar nuevos mecanismos de control basados en la exaltación positiva de los afectos y no tanto en la represión de los mismos³⁸. En su carácter mediador, desde la modernidad las máquinas sustituyeron a los ritos, a las ceremonias y a los monumentos como elementos de articulación del poder. Estas máquinas con las cuales se identificaban los sometidos, configuraban la vida afectiva de los sujetos, aun cuando la definición de afecto no se hallaba inscrita en las

³⁶ En la actualidad las redes sociales se han convertido en un espacio medial para la expresión de la vida sensible. La vida sensible podría definirse como una facultad que los seres vivos poseen para relacionarse con las imágenes. Estas imágenes refieren a todas las formas de lo sensible exteriorizadas como cosas en cuanto fenómenos. Los fenómenos se presentan a nuestros órganos perceptivos como mundo sensible y experimentable, es decir, como imagen. Emanuele Coccia define nuestra relación con lo sensible como poética, es decir, una relación mediada por un hacer, una técnica. “La relazione col sensibile che noi stessi siamo, col fantasma che incarniamo è sempre poetica, mediata da un fare, e da una tecniche individuali e collettive” (Coccia, 2011: 18).

³⁷ Esta es una expresión utilizada por Vicente Serrano Marín en su libro *Fraudebook. Lo que la red social hace con nuestras vidas* (2016:9)

³⁸ Históricamente el uso de las maquinas en su aplicación a las relaciones de poder se ha vinculado, sobre todo a los afectos negativos vinculados con formas represivas de poder, principalmente al temor. El ejemplo más claro es la variada ingeniería histórica de herramientas de guerra, de tortura y de ejecución, que ayudaban a someter voluntades. Posteriormente, ya sobre todo en el siglo XX, nuevas tecnologías, especialmente de comunicación, permitieron aplicar un uso creciente de las máquinas dirigidas a incidir en afectos aparentemente más positivos o necesariamente represivos. (Serrano Marín, 2016:14)

mismas. Sin embargo, el carácter meramente intermediario del afecto en la relación dialéctica entre dominador y dominado como espacio de configuración ideológica, comienza a ser redefinido en el contexto de los ambientes mediales informáticos, y más específicamente en las redes sociales. “Facebook es un dispositivo, una máquina o un conjunto de máquinas que estructura directamente, en su propio lenguaje y desde su configuración, las relaciones afectivas de quienes interactúan con él, de sus usuarios (Serrano Marín, 2016: 15).

El filósofo Byung Chul-Han ha descrito el desplazamiento de las formas disciplinarias de poder de la sociedad de la negatividad hacia una sociedad del rendimiento, estructurada sobre la base de una exaltación positiva del poder. “Los proyectos, las iniciativas y la motivación reemplazan la prohibición, el mandato y la ley. A la sociedad disciplinaria todavía la rige el no. Su negatividad genera locos y criminales. La sociedad de rendimiento, por el contrario, produce depresivos y fracasados” (Han, 2012: 26-27). Éste desplazamiento responde a una transformación en la determinación del inconsciente social con el objetivo de maximizar la producción. Cuando la técnica disciplinaria basada en el esquema negativo de la prohibición comienza a transformarse en el propio límite de la producción, se produce un desplazamiento hacia un esquema positivo del poder hacer caracterizado como rendimiento. La positividad del poder se vuelve más eficiente que su negación a través del deber, generando un sujeto más productivo, pero no por ello menos disciplinado. “El sujeto de rendimiento sigue disciplinado. Ya ha pasado por la fase disciplinaria. El poder eleva el nivel de productividad obtenida por la técnica disciplinaria, esto es, por el imperativo del deber” (Han, 2012: 28). Las redes sociales se presentan como un ejemplo elocuente de éste paradigma de productividad y movilidad ilimitada dentro de espacios de socialización en los articulados por una economía de las sensaciones. La ilusión de libertad de las formas de subjetivación disciplinaria basado técnicas represivas de las emociones sobre los cuerpos orgánicos (biopoder) encontró en las redes digitales una nueva forma de poder y control de la producción centrado en técnicas de exaltación de las emociones sobre cuerpos inorgánicos (sensopoder). “Al principio se celebró la red digital como un medio de libertad ilimitada. El primer eslogan publicitario de Microsoft, ¿Where do you want to go today?, sugería una libertad y movilidad ilimitadas en la web. Pues bien, esta euforia inicial se muestra hoy como una ilusión. La libertad y la comunicación ilimitadas se convierten en control y vigilancia totales” (Han, 2014: 11).

Administrar la excitación

Este sería un buen punto de arribo a nuestra pregunta inicial ¿cómo han llegado las redes sociales a poder de administrar nuestras sensaciones, sentimientos y afectos? En la actualidad las redes sociales se configuran como

un espacio para la administración del sentir con el fin de anticipar y gestionar acontecimientos a nivel individual y colectivo en beneficio de intereses políticos, sociales y económicos. Esta nueva forma de poder que denominamos sensóptico se articula mediante estrategias de vigilancia y de control afectivo a través de la cuantificación de unidades mínimas de expresión que denominamos sensodata. Las unidades mínima expresión como el “Me gusta” popularizada por la plataforma Facebook³⁹, pero incorporado en la actualidad en diversos formatos a otras redes sociales como Instagram, Twitter o Youtube son una efectuación del sensodata. Ésta cuantificación del efecto sensacional implica transformar las unidades mínimas de expresión como el “Me gusta” de los usuarios en las redes sociales en sensodatos. Los sensodatos tienen el objetivo de convertir la socialización de nuestra vida cotidiana en una perversión utilitaria destinada a la producción de materia de intercambio y a la administración de la vida sensible⁴⁰. Una economía de las sensaciones que usa el afecto como medio producción a partir de un proceso de transformación de las relaciones productivas y las formas de poder como espacio de vigilancia y de control en los ambientes mediales informáticos.

En las redes sociales la relación entre productor y consumidor se alteran, pero también el vínculo que regula sus relaciones de intercambio que se rearticula sobre la base de una socialización de la vida afectiva y una gratificación que los usuarios obtienen en dicha producción. Una extraña forma de mercancía afectiva cuyo rasgo diferencial es el hecho de que se cede y se conserva en una dinámica que encuentra en el sensodata una doble configuración efectuada como sensación e información. “El motor de la riqueza que genera es esa información producida y el precio es esa cesión. Los usuarios pagan el servicio en su condición de productores de información, pero son productores, en el sentido de trabajadores que pagan por producir, que

³⁹ Facebook lanzó el botón Me gusta en 2009, y eso cambió el modo que tenía la gente de compartir contenidos. La idea no era nueva: en otros sitios que fueron populares y ahora eran marginales, como dgg.com y del.icio.us, hacía ya años que la gente podía dar Me gusta a los artículos que publicaban. Pero en esas empresas la estrella era el contenido. Facebook aportó cierto grado de edición a una red social que ya era sólida y, para bien de los creadores de contenido, facilitó que cualquiera pudiese añadir ese iconito del pulgar para aprobar su trabajo. Crearon una nueva microdivisa universal: a lo mejor no te pago por tu texto, tu música o lo que sea, pero te doy un estímulo en forma de aprobación y difundido lo has creado entre mis amigos (Rudder, 2016: 233)

⁴⁰ La apertura del futuro es constitutiva de la libertad de acción. Sin embargo, el Big Data permite hacer pronósticos sobre el comportamiento humano. De este modo, el futuro se convierte en predecible y controlable. La psicopolítica digital transforma la negatividad de la decisión libre en la positividad de un estado de cosas. La persona misma se positiviza en cosa, que es cuantificable, mensurable y controlable. Sin embargo, ninguna cosa es libre. Sin duda alguna, la cosa es más transparente que la persona. El Big Data anuncia el fin de la persona y de la voluntad libre (Han, 2014: 14)

pagan en términos de información” (Serrano Marín, 2016: 20). La explotación de la vida afectiva no es nueva, el ingreso de la vida cotidiana y de los afectos a la esfera mediática es un fenómeno que se viene desarrollando a lo largo del siglo XX con los medios de comunicación de masa, pero en las redes sociales se producen ciertas variaciones en relación al lugar que ocupa el usuario de estos medios. Los individuos se han transformado no solo en receptores y consumidores de los productos mediáticos de las industrias culturales, sino también en productores y protagonistas de verdaderas industrias afectivas, que alteraron no solo la relación entre productor y receptor, sino los espacios estratégicos de poder. En las redes sociales se produce una transformación de la relación entre productor y consumidor, por un lado, ligado a una suerte de horizontalidad que rompe con la lógica uno a todos de los medios de comunicación de masas, y por otro en las formas de producción de los afectos desligado del objetivo de producir capital, bienes y servicios⁴¹. Las nuevas formas de producción en las redes sociales se vuelve un elemento clave para entender estas nuevas dinámicas de socialización en los ambientes mediales informáticos. Vivimos en un contexto, donde la accesibilidad a Internet, sumado al uso de tecnologías como la cámara fotográfica y el video integrados a los dispositivos conectados en red, han alterado la relación entre productores y consumidores de imágenes.

Desde nuestra perspectiva lo que actualmente se disputa como espacio estratégico de poder es la sensación, es decir, la posibilidad de cuantificar el efecto sensacional. La administración de nuestras sensaciones mediante algoritmos, permite gestionar la vida de los individuos en función de intereses políticos, económicos o sociales⁴². Estas nuevas formas de producción, inabordables por categorías de la economía clásica, nos obligan a repensar de qué manera se está reestructurando la articulación de la vida afectiva a partir de una economía de las sensaciones. Una economía fundada sobre la tensión entre el secreto residual de la socialización de la vida afectiva como

⁴¹ “Si pensamos en el trabajo como labor, ello implica un origen, un productor o productora, y finalmente un resultado. El trabajo se entiende fundamentalmente como un medio para un fin: un producto, una recompensa o un salario. Es una relación instrumental. También produce sujeción alienando. Una ocupación es lo opuesto. Mantiene a la gente atareada en lugar de darle un trabajo remunerado. No depende de ningún resultado ni tiene necesariamente una conclusión. Como tal, no conoce la tradicional alienación ni ninguna idea correlativa de sujeto. Una ocupación no necesariamente implica una remuneración, puesto que se considera que el proceso contiene su propia gratificación. No tiene otro marco temporal que no sea el propio transcurrir del tiempo. (Steyerl, 2014:108)

⁴² “Insisto que esto no se basa en observar las actualizaciones de estado, los comentarios, el contenido compartido ni nada que haya tecleado el usuario. Solo sus Me gusta. Te das cuenta de que la ciencia se adentra en terrenos inexplorados cuando oyes a tus padres luchar con el clic-clic-clic del ratón. El patrón de los Me gusta de una persona puede darnos incluso una buena idea de su inteligencia en este modelo que podía predecir de manera fiable la puntuación de alguien en un test estándar de CI (que se hiciese por separado) sin que dicha persona hubiese contestado ni una sola pregunta directa”. (Rudder, 2016: 234)

imagen y la ocupación de producirla como efecto de la excitación cuantificada. Pasamos bastante tiempo socializando nuestra vida sensible para ocupar las pantallas como imágenes en videos, sonidos, conceptos, números, escrituras que constituyen los fragmentos de mundo que habitan las redes. Estos fragmentos de mundo son la materialidad de la geografía que transitamos diariamente en las redes sociales como performers abocados a producir sensaciones como gratificación. Mi teléfono móvil se convierte una superficie de contacto que me hace disponible, transitable, compartible, en un despliegue de sensaciones cuantificables mediante dispositivos de subjetivación: sensodata⁴³. Cada imagen socializada en mi red social se traduce en la posibilidad de obtener una nueva excitación de la interfaz que nos intima a participar, conectarnos. Al socializar nuestra vida como imagen en las redes sociales nos volvemos materia disponible para ser transitada, compartida, y sobre todo sentida. Progresivamente devenimos interfaces sintientes, pero que experimentan un sentir cuantificado y algorítmico emergente de las intensidades del tránsito. Me conecto a mi red social en el teléfono móvil... transito con mi dedo pulgar las imágenes, los videos, los comentarios, las escrituras, en un momento me detengo, presiono el botón *Me gusta*, ahora la interfaz esta excitada y no puede dejar de sentir, ese es el sex appeal de las redes sociales.

Bibliografía

- Byung-Chul Han (2014) *Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Herder, Barcelona, España
- Byung-Chul Han (2012) *La sociedad del cansancio*. Herder, Barcelona, España
- Cuomo, Vincenzo (2014) *Eccitazioni mediali. Forme di vita e poetiche non simboliche*. Kaika Edizioni, Roma, Italia
- Cuomo, Vincenzo (2014) *Del corpo impersonale. Saggi di estetica dei media e di filosofia della tecnica*. Lugori, Napoli, Italia.

⁴³ El smartphone es un objeto digital de devoción, incluso un objeto de devoción de lo digital en general. En cuanto aparato de subjetivación, funciona como el rosario, que es también, en su manejabilidad, una especie de móvil. Ambos sirven para examinarse y controlarse a sí mismo. La dominación aumenta su eficacia al delegar a cada uno la vigilancia. El me gusta es el amén digital. Cuando hacemos clic en el botón de me gusta nos sometemos a un entramado de dominación. El smartphone no es solo un eficiente aparato de vigilancia, sino también un confesionario móvil. Facebook es la iglesia, la sinagoga global (literalmente, la congregación) de lo digital. (Han, 2014: 14)

- Rudder, Christian (2016) *Dataclismo. Amor, sexo, raza e identidad: lo que nuestra vida online muestra de nosotros*. Aguilar, Barcelona, España
- Serrano Marín, Vicente (2016) *Fraudebook. Lo que la red social hace con nuestras vidas*. Plaza Valdez, Madrid, España
- Steyerl, Hito (2014) *Los condenados de la pantalla*. Caja Negra, Buenos Aires, Argentina
- Zuñiga, Rodrigo (2015) *Symploké y metaxy*. Una relectura de la imagen en platón y aristóteles para una analítica de la aparición digital. Alpha, N° 41. “Este artículo forma parte del proyecto Fondecyt N°11300116, “De la piel fotográfica a la ultrapiel digital. Contribuciones para una analítica filosófica del „aparecer“ digital en el debate post-fotográfico contemporáneo”.