

EL SÍNDROME DE ARGOS, DE MERCURIO Y DE ANTÍGONA EN LA ERA DIGITAL: ANDREA SALGADO, SAMANTA SCHWEBLIN Y MÓNICA OJEDA

*The Argos, Mercury And Antigone Syndrome In The Digital Age:
Andrea Salgado, Samanta Schweblin and Mónica Ojeda*

TERESA LÓPEZ-PELLISA
UNIVERSIDAD ALCALÁ (ESPAÑA)
TERESA.LOPEZP@UAH.ES
ORCID: 0000-0003-3151-447X

DOI: <https://doi.org/10.5565/rev/mitologias.804>
vol. 26 | junio2022 | 152 – 169

Recibido: 21/05/2021 | Aceptado: 17/05/2022

Resumen

Este artículo analiza cómo funcionan el “síndrome de Argos”, el “síndrome de Mercurio” y el “síndrome de Antígona” en las novelas *La lesbiana, el oso y el ponqué* (2017) de Andrea Salgado, *Kentukis* (2018) de Samanta Schweblin y *Nefando* (2016) de Mónica Ojeda. El síndrome de Argos hace alusión al panóptico cibernético en el que vivimos rodeados de pantallas a través de las que miramos a los otros, y los otros nos observan. El síndrome de Mercurio simboliza el momento en el que nuestras relaciones, comunicación y sociabilidad están mediadas por la comercialización. Representa la idea del nomadismo y la movilidad contemporánea, y, además, a Mercurio se le ha relacionado con lo voluble e inestable, por lo que encarna la imagen de una sociedad líquida (Bauman) y globalizada, cuya base es el comercio (material e inmaterial). El síndrome de Antígona evidencia la falta de empatía que sentimos ante el dolor del Otro y cómo este tipo de relación se ha agudizado en la era de las plataformas digitales.

Palabras clave

literatura latinoamericana, feminismos, ciencia ficción, cibercultura, plataformas digitales, redes sociales, Samantha Schweblin, Mónica Ojeda, Andrea Salgado, Argos, Mercurio, Antígona.

Abstract

This article analyzes how “Argos syndrome”, “Mercurio syndrome” and “Antigona syndrome” work in the novels *La lesbiana, el oso y el ponqué* (2017) by Andrea Salgado, *Kentukis* (2018) by Samanta Schweblin and *Nefando* (2016) by Mónica Ojeda. Argos syndrome refers to the cybernetic panopticon in which we live surrounded by screens through which we look at others, and others observe us. Mercury syndrome symbolizes the time when our relationships, communication, and sociability are mediated by commercialization. It represents the idea of nomadism and contemporary mobility, and in addition, Mercury has been related to the fickle and unstable, which is why it embodies the image of a liquid and globalized society, whose basis is trade (material and immaterial). The Antigona syndrome shows the lack of empathy we feel in the face of the Other’s pain and how this type of relationships has become more acute in the era of digital platforms.

Keywords

Latin American Literature, Feminism, Science Fiction, Cyberculture, Digital Platforms, Social Media, Samantha Schweblin, Mónica Ojeda, Andrea Salgado, Argos, Mercurio, Antigona

“En mi casa tengo tres sillas; una para la soledad, otra para la amistad y una tercer aparta para la sociedad”

Henry David Thoreau, *Walden* (1854)

Me interesa iniciar este artículo con un breve experimento de autorreflexión. Una introspección que permita a los lectores (re)pensar el tipo de relaciones que tienen con otras personas, con otros seres vivos no humanos o con diferentes agentes tecnológicos. Y, sobre todo, me gustaría que pensarais en cómo se realizan o se llevan a cabo este tipo de relaciones e interacción a través de las plataformas digitales. A continuación he incluido el texto “Preámbulo a las instrucciones para dar cuerda al reloj” de Julio Cortázar, y os propongo que donde Cortázar dice “reloj”, lo sustituyáis por “smartphone”:

Piensa en esto: cuando te regalan un reloj [smartphone] te regalan un pequeño infierno florido, una cadena de rosas, un calabozo de aire. No te dan solamente el reloj [smartphone], que los cumplas muy felices y esperamos que te dure porque es de buena marca, suizo con áncora de rubíes; no te regalan solamente ese menudo picapedrero que te atarás a la muñeca y pasearás contigo. Te regalan —no lo saben, lo terrible es que no lo saben—, *te regalan un nuevo pedazo frágil y precario de ti mismo*, algo que es tuyo pero no es tu cuerpo, que hay que atar a tu cuerpo con su correa como un bracito desesperado colgándose de tu muñeca. Te regalan la necesidad de darle cuerda todos los días, la obligación de darle cuerda [cargarlo] para que siga siendo un reloj [smartphone]; te regalan la obsesión de atender a la hora exacta en las vitrinas de las joyerías, en el anuncio por la radio, en el servicio telefónico. Te regalan el miedo de perderlo, de que te lo roben, de que se te caiga al suelo y se rompa. Te regalan su marca, y la seguridad de que es una marca mejor que las otras, te regalan la tendencia de comparar tu reloj [smartphone] con los demás relojes [smartphones]. No te regalan un reloj [smartphone], tú eres el regalado, a ti te ofrecen para el cumpleaños del reloj [smartphone]. (2002: 417; las cursivas y los corchetes son míos)

Seguramente os habréis sentido reflejados en esta narración al pensar en esa extensión que forma parte de nuestras vidas, con la que actualmente podemos pagar en el supermercado, postear en nuestras redes sociales, tener un encuentro sexual furtivo, pedir un coche, comida o responder a una urgencia profesional. De algún modo, nos ofrecen para el cumpleaños del smartphone con el que se genera una extraña relación de afecto, dependencia y dominación. Lo cierto es que nuestra realidad social se ha convertido en un híbrido entre lo real y lo digital, así como en una yuxtaposición entre los dispositivos que utilizamos y nuestra psique. Lo que realmente me interesa poner de relieve con el texto de Cortázar es la analogía que se establece entre la tecnología y lo precario (“te regalan un nuevo pedazo frágil y precario de ti mismo”), por lo que a continuación me interesaría desarrollar esta problemática en el contexto de la era digital.

Todo dispositivo o técnica de dominación que marca el ritmo y mecaniza nuestras vidas genera objetos de devoción; si el reloj determinaba las vidas de las personas en *Metrópolis* (1927) de Fritz Lang o en *Tiempos modernos* (1936) de Chaplin, hoy somos devotos (por no decir *sumisos*) del smartphone, que sirve para controlarnos a nosotros mismos, y además, integra un reloj. La industrialización requería de la disciplina del cuerpo para ajustarlo a la producción mecánica a partir del ritmo de los tiempos calculados del reloj con el fin de crear sujetos obedientes y productivos. La población es una masa que produce y reproduce riqueza a partir de sus cuerpos, de ahí que Foucault (2007) se centrara en el concepto de biopolítica para hablar del control y la disciplina de lo biológico; de la forma de nacer, morir y vivir de la población. Pero la era de la revolución informática ya no explota/controla solo los cuerpos, sino también la psique, y ahí es donde se produce el giro hacia la psicopolítica, que tan acertadamente ha desarrollado

el filósofo surcoreano Byung-Chul Han (2014). El teórico considera que el capitalismo ha mutado al descubrir que la psique es una fuerza productiva, por lo que este giro hacia la psique ha demostrado la importancia de las formas de producción inmateriales e incorpóreas: “No se producen objetos físicos, sino objetos no-físicos como informaciones y programas. [...] El *disciplinamiento corporal* cede ante la *optimización mental*” (Han, 2014: 23; las cursivas son del original). A partir de la autosuperación, tanto la eficiencia como el éxito de la optimización personal se convierten en un sinónimo de autoexplotación — donde lo que cuenta es alcanzar las mejores marcas, retuits, número de seguidores, etcétera—. De este modo, nos convertimos en empresarios a través de los canales de YouTube o cuentas de Instagram para autoexplotarnos a través de los valores de medición que puede generar nuestra influencia en las plataformas digitales (o nuestros índices de calidad y de impacto si pensamos en las publicaciones del mundo académico). Nos convertimos en datos cuantificables en un sistema psicopolítico entre cuyos elementos de control se encuentran también las emociones y los afectos (Berardi, 2003; Illouz, 2006; Ahmed, 2015).

Las redes sociales son plataformas digitales de realidad virtual de sobremesa en las que nos introducimos con un perfil de usuario y exponemos públicamente todo tipo de informaciones, incluyendo datos personales y profesionales, por lo que la porosidad entre la esfera pública y la esfera privada, que tanto había primado durante la Ilustración y la modernidad, desaparece. Geer Lovink (2019) sostiene que estamos ante la etapa hegemónica de las plataformas de las redes sociales como ideología, y no es solo que podamos percibir la ideología que hay en las plataformas, sino que las propias plataformas (por su arquitectura y funcionamiento) son una ideología¹. Las redes sociales son una estructura centralizada de arriba a abajo que ha implantado el *capitalismo de la plataforma*, por lo que podríamos afirmar que Facebook y Google funcionan como aparatos ideológicos del Estado (en el sentido althusseriano), ya que en la era del neoliberalismo, la ideología se asocia al mercado y no al Estado (Lovink, 2019: 57). Las plataformas digitales se han convertido en un lugar de productividad y rendimiento económico bajo reglas de mercado que han determinado nuestro modo tecnológico de lo social, y han creado nuevas patologías como el FOMO (temor a perderse algo o a quedarse fuera de) para referirse al miedo por quedarnos fuera del mundo tecnológico (me han bloqueado, no tengo *likes*, hoy no he podido conectarme).

Jaron Lanier (2018), en su manifiesto sobre las diez razones por las que no deberíamos tener redes sociales, afirma que abandonando este tipo de plataformas podremos tener una vida más feliz, un mundo más justo y pacífico, o, simplemente, la oportunidad de pensar por nosotros mismos. Lanier se muestra alarmado frente al espionaje masivo al que estamos expuestos ante unos algoritmos que recopilan datos que modifican nuestra conducta, de un modo similar al que plantea la novela *Simulcaron-3* (1964) de Daniel Francis Galouye, en cuyo metaverso las simulaciones de vida tienen que responder obligatoriamente a los test publicitarios para que las empresas puedan obtener datos capaces de orientar el consumo y la producción del mercado. Jaron Lanier denomina a las redes sociales “imperios de modificación de la conducta”, ya que tras la captación en la red (a partir de alguna respuesta positiva) se produce la adicción y la modificación en el comportamiento del usuario desde el modo más básico del conductismo. Si la web 2.0 nos permitió poner en práctica el concepto de “prosumo” (consumir y producir información), la web 3.0 hace posible que nuestras vidas queden registradas en la esfera digital, por lo que el Big Data —el panóptico digital que tan bien se describe en la serie *Omnisciente* (2020)— no olvida nada, aunque siempre podemos encontrar resquicios o plantear políticas de resistencia, ya que hasta la memoria más prodigiosa puede resultar monstruosa, tal y como nos “recuerda” el relato “Funes el Memorioso” (1944) de Jorge Luis Borges.

1 “Entender las redes sociales como ideología significa observar cómo esta une a los medios, la cultura y los complejos de identidad en un desenvolvimiento cultural cada vez mayor, vinculando género, estilo de vida, moda, marcas y chismes de celebridades con noticias de la radio, la televisión, las revistas y la web, y reconociendo que todo esto está impregnado de los valores empresariales del capital de riesgo y la cultura startup, valores que llevan consigo un lado sombrío de disminución de las condiciones de vida y creciente desigualdad” (Lovink, 2019: 59).

Me interesan los modos de diagnosticar críticamente los síntomas que podemos detectar en las representaciones contemporáneas inmersas en el contexto de la cibercultura. Si en un trabajo previo me centré en cinco tipos de patologías,² en este capítulo querría sumarles otros diagnósticos como el “síndrome de Argos”, el “síndrome de Mercurio” y el “síndrome de Antígona”, a partir del análisis de las novelas *La lesbiana, el oso y el ponqué* (2017) de Andrea Salgado, *Kentukis* (2018) de Samanta Schweblin y *Nefando* (2016) de Mónica Ojeda, cuyo imaginario podríamos enmarcar en el concepto de la estética del barroco frío acuñado por Francisca Noguerol (2013: 21-22).

El “síndrome de Argos”: *Kentukis* de Samanta Schweblin

“Hace 15 años, Internet era un escape del mundo real. Ahora, el mundo real es un escape de Internet”

Noah Smith, *Tristes por el diseño* (Geert Lovink, 2019)

Argos Panoptes era un gigante de cien ojos, fiel sirviente de Era, que podía ejercer la vigilancia incansablemente ya que su mirada inquisitiva no descansaba nunca, porque cuando unos ojos dormían otros estaban despiertos. Curiosamente, la etimología de Argos Panoptes (brillante de todos los ojos) y Panóptico (verlo todo desde un solo punto) nos sirve para repensarnos como seres constantemente conectados observando a través de las pantallas cómo viven otros. Por lo tanto, el “síndrome de Argos” hace alusión al panóptico cibernético en el que vivimos rodeados de pantallas a través de las que miramos a los otros, y los otros nos observan.

En el mundo que nos ofrece Samanta Schweblin aparece una novedosa plataforma digital —entendida como una infraestructura que permite la interacción entre dos o más grupos que se basan en la unión particular de un código y del comercio— que nos permite observar a diferentes usuarios constantemente. Un usuario compra un Kentuki —un peluche de 299 euros con una cámara incorporada y unas ruedas que le permiten moverse de manera autónoma, cuya forma puede ser la de un dragón, un conejito o un topo—, y otro usuario se descarga un *software* que le permite observar al “amo” del Kentuki: los usuarios de esta plataforma son completos desconocidos y nunca nadie sabe en qué parte del mundo, ni delante de quién se activará la cámara que les permitirá observar o ser observados. La descarga tan solo se puede realizar en un solo dispositivo (ya sea en un ordenador o en una Tablet) y el que observa se convierte en el “esclavo” (animal, mascota) del amo —cuya analogía nos remite a la dialéctica hegeliana—. Puedes escoger entre “ser” un Kentuki (un esclavo que mira y observa) o “tener” un Kentuki (el amo que se deja observar en todas las facetas de su intimidad), por lo que cabe preguntarse quién llega a ser realmente el amo o el esclavo en este tipo de relación. No hay posibilidad de interacción entre ambos usuarios, ya que la plataforma no lo permite (ni oralmente, ni por escrito), aunque algunos consumidores han ideado métodos de comunicación muy originales. Si se agota la batería o la vida del “amo” no resulta

² Las patologías sobre las que había trabajado previamente me permitieron construir un cuadro nosológico donde describir, diferenciar y clasificar cada una de las patologías detectadas: 1) la “*esquizofrenia nominal*” (para destacar la confusión terminológica y la utilización abusiva de vocablos como ‘virtual’, ‘ciberspacio’ o ‘realidad virtual’ a la hora de referirse a todo aquello que tenga que ver con la tecnología informática); 2) la “*metástasis de los simulacros*” (como metáfora de la proliferación, propagación, penetración e invasión de los simulacros en el “*tejido*” de lo real); 3) el “*síndrome del cuerpo fantasma*” (nos permite reflexionar sobre la incidencia en el cuerpo humano de los avances en biogenética, inteligencia artificial e interacción hombre-máquina); 4) el “*misticismo agudo*” (referido a las cualidades metafísicas y transcendentales que le otorgamos a las nuevas tecnologías informáticas); y 5) el “*síndrome de Pandora*” (hace alusión a las relaciones entre humanos y seres femeninos artificiales) (López-Pellisa, 2015). A estas patologías se debería sumar el “síndrome de Don Quijote”, padecido por aquellos personajes confinados en los entornos virtuales que han perdido el contacto con la realidad, además del “síndrome de Narciso” y los tres síndromes que propongo en este trabajo.

interesante, se pierde el “vínculo” entre ambos, lo que supone la pérdida del dinero para ambos usuarios, así como la imposibilidad de volver a conectarse entre ellos.

Las redes sociales³ permiten a cualquiera tener acceso a nuestra intimidad, igual que tener “un Kentuki circulando por ahí era lo mismo que darle las llaves de tu casa a un desconocido” (Schweblin, 2018: 41) —dice uno de los personajes—. En la novela asistimos a un claro ejemplo de lo que Clay Calvert denomina “voyeurismo mediado” (citado por Sanabria, 2008a: 164) en el que “a cada voyeur corresponde su exhibicionista y viceversa” (Moravia citado por Sanabria, 2008a: 165). Es fundamental tener en cuenta que en las plataformas digitales de este tipo, la exhibición de uno de los usuarios desactiva la función de la mirada furtiva del *voyeur*, en cuyo proceso de observación había un sujeto que no era consciente de ser mirado (Mulvey, 1988). El *voyeur* es un personaje ávido de mirar, y esto implica que no se sabe qué está mirando, pero aquí se produce una especie de grado cero de lo mirado “hasta alcanzarse la condición absoluta de la visión con un tacto a distancia” (Sanabria, 2008a: 164), donde todos saben que se miran. A esto debemos sumar que muchos exhibicionistas de sus vidas miran tan solo su propio perfil como *autovoyeurs* a partir de una autosatisfacción sensorial onanista diagnosticada con el “síndrome de Narciso”, tan brillantemente desarrollado por Paula Sibilia en *La intimidad como espectáculo* (2008) a partir de la espectacularización del yo desde el imperio de lo extimista que caracteriza a la sociedad contemporánea.

El que se descarga el *software* para ser un Kentuki y poder mirar la vida íntima de algún desconocido y acompañarle durante 24 horas está adquiriendo un producto tecno-televisivo que funcionaría como un *reality show* tipo Gran Hermano, de formato individualizado. El *show* televisivo tomaba su nombre de la célebre novela de Orwell a partir de la idea del control y la vigilancia, y su primer programa fue estrenado en Holanda en 1999. El poder mirar cómo viven los otros en sus casas nos remite a la obra del artista Saul Steinberg, *The Art of Living* (1949), así como a *13, Rue del Percebe* (1961) de Francisco Ibáñez o a *La vida instrucciones de uso* (1978) de George Perec. Paula Sibilia sostiene que la cultura contemporánea se caracteriza por la “sed de veracidad”, por “el ansia de consumir chispazos de intimidad ajena” (2008: 221), porque vende lo real y el espectáculo de la realidad desde el auge de la narrativa naturalista y el consumo de realismo mediatizado del siglo XIX.

Lo interesante del formato televisivo de Gran Hermano (así como de otros *reality* tipo *Supervivientes* o *La isla de las tentaciones*) es que originó un nuevo modo de percepción que “no tan sólo puede ser experimentado en estado de distracción, sino que de hecho es necesariamente experimentado en un estado de distracción” (Català citado en Sanabria, 2008b: 116), por lo que la interiorización de la figura del *voyeur* se produce de forma natural como un modo de observar otras vidas cotidianas sin ningún tipo de reflexión crítica. Las plataformas digitales ofrecen placeres banales y nos distraen, pero tal y como apunta Lovink, se trata de una “distracción organizada”; sabemos que estamos distraídos y continuamos conectados (sobre todo en momentos de aburrimiento).⁴

Geer Lovink relaciona este fenómeno en las plataformas digitales actuales con lo que denomina el “giro televisual”,⁵ ya que actualmente estamos viviendo una vuelta al vídeo online y a la rehabilitación

³ Las redes sociales más populares se implantaron en el siglo XXI: Facebook (2004), Twitter (2006) e Instagram (2010), dirigidas por grandes multinacionales que han convertido a los usuarios en un producto a través del que se lucran a partir de la recopilación de sus datos y de reclamos publicitarios.

⁴ Si la distracción se puede entender también como un logro del proletariado para tener derecho al ocio, Bernar Stiegler sostiene que con la cultura de masas se sustituyó por la desorientación como pérdida de dirección y del espacio de la otredad (citado por Lovink, 2019: 79).

⁵ Lovink considera que al fenómeno del “giro televisual” debemos sumar el retorno de las diferencias de clase. Sostiene que la ideología de las plataformas sociales ha producido un retorno a la diferencia de clases (que parecía haber desaparecido con la democratización de la red y la web 2.0), ya que las élites disponen de *community manager* (frente al 99% de la población que debe encargarse de sus plataformas, además de la familia, el pluriempleo, etc.). En la novela que nos ocupa hay personas que quieren obtener un Kentuki personalizado y pagan el doble para asegurarse de que su “amo” les interesa; en tanto algunos sujetos nunca han tenido una hija y quieren vivir esa situación de manera vicarial o, en otro caso, un parálítico paga por

de canales de televisión en las plataformas digitales (Netflix, Filmin, HBO o Amazon Prime Video). Tal y como sucede con los Kentukis, en la novela de Samanta Schweblin observamos a nuestro “amo” como lo haríamos mirando a través de una pantalla del televisor, por lo que pensar en las plataformas digitales como una nueva televisión es un retroceso que nos aleja de la línea de la cultura participativa de las redes sociales y la web 2.0 que desplaza el concepto de interactividad por el de la “interpasividad”,⁶ a la que Lovink se refiere como un modo de ver y navegar basado en la recomendación de algoritmos (donde la elección autónoma no existe). En la novela que analizamos, cuando uno compra un Kentuki nunca sabe quién le será asignado para ser su Kentuki y viceversa, ya que es el algoritmo quien de manera aleatoria vincula a los usuarios de estos dispositivos.

La interpasividad, asociada a la falta de interacción, se acentúa en la novela de la escritora argentina, ya que los dispositivos no permiten entablar ningún tipo de comunicación por lo que son los usuarios quienes deben inventar diferentes métodos de interacción (mostrando sus correos electrónicos o números de teléfono), pues la plataforma, de entrada, no incluye el intercambio verbal. El fomento de este tipo de sociabilidad refuerza el “voyeurismo online” como una “forma fría y desapegada de la cultura de la vigilancia efectuada por pares que cuidadosamente evita la interacción directa. *Online*, observamos y somos observados. Abrumados por un falso sentido de familiaridad con el Otro, rápidamente nos aburrimos y sentimos la urgencia de pasar a otra cosa” (Lovink, 2019: 75).

El Estado vigilante de Orwell ha sido sustituido por la apariencia de libertad y comunicación ilimitada porque “la técnica de poder del régimen neoliberal no es prohibitoria, protectora o represiva, sino prospectiva, permisiva y proyectiva. El consumo no se reprime, se maximiza” (Han, 2014: 34) y las plataformas digitales son un Big Brother amable y de diseño, como los Kentukis, que son peluches monísimos que incluso los padres regalan a sus hijos. En el panóptico digital⁷ nadie se siente vigilado o amenazado en la medida que no existe el Estado, sin embargo, ahora gobiernan las multinacionales (como en los distópicos escenarios *ciberpunk* nacidos en los ochenta) y le regalamos nuestros datos y nuestra vida al nuevo CiberGran Hermano de las plataformas digitales.

Hemos iniciado este artículo con el texto de Cortázar que nos advertía sobre el regalo de ciertos dispositivos como el reloj, por lo que viene a colación recordar el anuncio de Apple de 1984 en el que se presentaba el ordenador personal como un dispositivo de liberación frente al estado vigilante y opresor de Orwell. El lema publicitario, “Y verás por qué 1984 no será como 1984”, mostraba que ciertamente no se trata del mismo panóptico, pero lo cierto es que con el ordenador personal primero, y luego con los smartphones, nosotros éramos los regalados a la nueva sociedad del control y la vigilancia.⁸

observar a alguien que se dedica al deporte de riesgo, así como ejemplos de las clases altas que pagan por adquirir un Kentuki que les permita observar la vida de alguna familia que vive en alguna villa o favela, mientras el resto de los consumidores deben asumir el vínculo establecido por el *software* de manera aleatoria o perder el dinero si no les interesa.

⁶ Lovink toma el término interpasividad de Robert Pfaller (desde el punto de vista del “goce delegado” y “huir del placer”): “En mi definición, la interpasividad expresa el movimiento dialéctico de ida y vuelta, después del giro visual de la Web. En términos cronológicos, el modo de ver navegar y desplazarse basado en la recomendación por algoritmos, encapsulado dentro de la ecología de las redes sociales, puede ser visto como un sucesor del consumo pasivo de canales limitados en la posguerra, seguido del modo de ver comprometido durante la era del cable y la televisión por satélite (como teorizan los estudios culturales) y el empoderamiento de la interactividad del usuario durante los años 90 (la nueva era de los medios)” (Lovink, 2019: 71).

⁷ “La *persona* misma se *positiva* 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: ¿cursivas del original?). Sí, la edición de Han lleva esas cursivas

⁸ Los datos personales se capitalizan y comercializan por completo; “Hoy se trata a los hombres y se comercia con ellos como paquetes de datos susceptibles de ser explotados económicamente. Ellos mismos devienen mercancía. El *Big Brother* y el *Big Deal* se alían. El estado vigilante y el mercado se fusionan” (Han, 2014: 52).

Byung-Chul Han sostiene que el poder no se ejerce tan solo a través de la coacción o la violencia, ya que “cuanto mayor es el poder, más *silenciosamente* actúa” (2014: 16; cursivas del original) y por eso el sujeto sometido no suele ser consciente de su sometimiento. En este caso, las plataformas digitales a las que accedemos a través de nuestros dispositivos no hacen a las personas solamente sumisas, sino dependientes de las emociones positivas (a partir de los *likes*, por ejemplo), de modo que la plataforma “seduce en lugar de prohibir” (Han, 2014: 17), por ende, la crisis de libertad actual se basa en una técnica de poder invisible que no somete la libertad, sino que la explota y en eso se basa el neoliberalismo del “*capitalismo del me gusta*” (Han, 2014: 17; cursivas del original). El observado que se expone voluntariamente ha cedido su intimidad a partir de un contrato comercial (al comprar el dispositivo) como lo hacen los concursantes de Gran Hermano, Supervivientes o la Isla de las Tentaciones: pero la intimidad tiene un precio, tanto para el mercado capitalista que la capitaliza y se lucra, como para el proveedor que la expone, por lo que urge una vanguardia cultural que analice políticamente la relación de los ciudadanos con las plataformas digitales: “en resumen, ¿cómo desarrollamos, y luego ampliamos, los conceptos críticos y juntamos la política y la estética de una manera que habla a los millones en línea?” (Lovink, 2019: 47).

Cuando aparece una nueva aplicación o una nueva tecnología los artistas se interesan por sus usos y efectos sociales hasta que la naturalizamos y se populariza. En la novela de Schweblin hay una pareja conformada por Alina y su novio Sven, un artista que crea una instalación con el Kentuki de Alina sin que ella lo sepa. Cuando Alina acude a la inauguración de la pieza artística contempla las grabaciones de su rutina diaria realizadas por el Kentuki que ella tenía en casa, por lo que mientras está en *shock* se ve a sí misma “la tarde que lo colgó del ventilador [al Kentuki], le cortó las alitas y, frene a la cámara, las prendió fuego con el encendedor de la cocina” (Schweblin, 2018: 219). Hasta ese momento no toma consciencia de que su cuerpo y su intimidad están expuestos al mundo sin que ella tenga ningún control sobre la información que voluntariamente ha decidido al interactuar con esta plataforma digital. Lo que me interesa destacar es que la instalación de Sven le muestra quién está al otro lado del Kentuki y cómo se siente ante la violencia que ella ejerce a su Ser, porque hasta ese momento no había reparado en que la plataforma digital le permitía un encuentro con el Otro, un encuentro con otra persona (con sentimientos y emociones), que en este caso, se trata de un niño.⁹ Así, se pone de nuevo de manifiesto la importancia de que el arte permite la reflexión crítica en torno a la sociabilidad automatizada en la que no interviene la empatía y la emoción, ya que tal y como afirma Bourriaud: “Si el arte contemporáneo tiene un proyecto político coherente, es precisamente este: llevar la precariedad al núcleo mismo del sistema de representaciones por el que el poder genera los comportamientos, fragilizar cualquier sistema, dar a las costumbres más arraigadas el aspecto de ritual exótico” (2009: 114).

⁹ La novela nos permite conocer las interacciones de ocho usuarios diferentes para comprender la complejidad, efectos, causas y consecuencias de nuestras interacciones a través de las plataformas digitales: Emilia es una mujer mayor que entabla una relación emocional con una chica joven, Marvin es un niño de 12 años huérfano de madre cuyo padre no se hace cargo de su crianza y la soledad le lleva a vivir a través de las posibilidades que le ofrece su Kentuki, Enzo es un padre que descubre que su Kentuki es un pederasta que ha estado acosando a su hijo adolescente, etc.

El “síndrome de Mercurio”: Andrea Salgado

Finalmente es usted, querido habitante de La Calle,
el que decide cómo simular su vida

Andrea Salgado, *La lesbiana, el oso y el ponqué* (2017)

En la novela de Andrea Salgado *La lesbiana, el oso y el ponqué* (2017) se nos describe una interesante plataforma digital de realidad virtual que se nutre de los ciudadanos que deciden convertirse en proveedores (los que tienen un perfil y exponen sus vidas, igual que lo hacen los *youtubers* o *instagramers*), y de los usuarios que deciden ser consumidores de las vidas de estos proveedores. Esta plataforma digital ofrece un entorno similar al de Second Life pero absolutamente inmersivo. Los usuarios pasean por La Calle, un entorno de RV polisensorial donde se conectan a través de un SDVO (Simulador de Vida Orgánica)¹⁰ instalado en el sistema nervioso, que les permite experimentar en primera persona la vida de otros usuarios que se han prestado a ser cuerpo-anfitrión y ofrecen su intimidad a cambio de dinero. Esta aplicación de moda se ha convertido en una plataforma digital de gran éxito cuya Inteligencia Artificial de control (a la que denominan Madre) condiciona a los usuarios para que consuman los productos de experiencias vitales y emociones que interesa al mercado en cada momento, de modo que son los algoritmos los que deciden y condicionan la elección del usuario-consumidor-espectador-experimentador de “las vidas de los otros”.

Propongo la figura mitológica de Mercurio como una imagen simbólica que encarna uno de los síntomas de nuestro tiempo. Se trata del dios del comercio, por lo que cobra mayor importancia en la era del capitalismo —la etimología de su nombre viene de *merx*-mercancía—, y también es el dios encargado de enviar los mensajes, por lo que cobra mayor valor en la era de la mensajería instantánea: por lo tanto, se podría decir que Mercurio simboliza el momento en el que nuestras relaciones, comunicaciones y sociabilidad están mediadas por la comercialización. Debido a sus rápidos vuelos, siempre de un lugar a otro, representa la idea del nomadismo y la movilidad contemporánea y, además, gracias a sus sandalias aladas, puede transmitir mensajes a gran velocidad tal y como hoy lo hace la fibra óptica. También se le ha relacionado con lo voluble e inestable, y de ahí que este metal líquido tome el nombre del dios griego; por lo que podríamos decir que la sociedad actual padece “el síndrome de Mercurio”, ya que se caracteriza por ser una sociedad líquida (tal y como había diagnosticado Bauman), volátil, viajera, globalizada, nómada y cuya base es el comercio (material e inmaterial). Bourriaud (2009) se refiere al artista como *homo viator*,¹¹ un viajero, un Mercurio, y lo cierto es que no solo el artista, sino gran parte de la ciudadanía

¹⁰ Este dispositivo es muy similar a los visiocascos o interfaces que aparecen descritos en novelas como *Neuromante* (1984, William Gibson) o películas como *Días extraños* (1995, Kathryn Bigelow), así como el prototipo de la empresa Neuroski que ofrece ficciones interactivas en la novela *Alba Cromm* (2010) de Vicente Luis Mora.

¹¹ Al extraordinario trabajo del teórico Bourriaud le faltaría incluir la perspectiva de género. Por lo que recuperamos la idea del *homo viator* como *humanus viator*, y recordamos el trabajo del feminismo en torno a la identidad y la subjetividad del ser humano en el contexto de la posmodernidad. Nicolas Bourriaud considera que la lucha política de hoy es una lucha de representaciones, de ver qué imagen se impone sobre otra (2009: 37), por lo que es importante recordar que esta ha sido la lucha del pensamiento feminista desde principios del siglo XX. Lo que me interesa de Bourriaud es que relaciona su concepto del “semionauta” con la figura del pensamiento queer, y se refiere al “sujeto radicante” como aquel que tiene conciencia de su performatividad, por lo que llama la atención que en su trabajo no cite a Simone de Beauvoir (el sujeto nace y se hace), Teresa de Lauretis (la identidad queer), Donna Haraway (ciborg, simbiote y holobionte), Judith Butler (la performatividad de la identidad) o Rosi Braidotti (el sujeto nómada), en cuyos trabajos se habían abordado estas cuestiones previamente: “la figura del sujeto definida por lo radicante se parece a la que defiende el pensamiento queer, o sea una composición del yo por imitaciones, citas y cercanías, por lo tanto un puro constructivismo [...] el sujeto radicante se presenta como una construcción, un montaje: dicho de otro modo, una obra nacida de una negociación infinita” (Bourriaud: 2009: 62), en cuyo discurso no aparecen citadas las teorías y autoras precedentes del pensamiento feminista.

y los consumidores del mundo globalizado se han convertido no únicamente en *humanus viator*, sino en *humanus nauta* a través de la Red (ya que somos viajeros y navegantes). Por lo tanto, con el “síndrome de Mercurio” me refiero al síntoma que podemos detectar en una sociedad caracterizada por la velocidad y el comercio.

En la novela de Andrea Salgado se percibe de una manera muy clara esta idea del “síndrome de Mercurio” debido a la capacidad que tienen los sujetos de diluirse para encarnar las identidades y experiencias de los proveedores de La Calle durante la inmersión en los entornos de RV. Los consumidores de estos productos de vida orgánica pueden escoger entre sentir la vida de Carolina Acosta (una drogadicta ninfómana), Nicolás Bello (un estudiante peruano de 28 años que forma parte de un trío amoroso y es bisexual), Fermina Alba (una artista plástica que mantiene una relación romántica con su profesora de universidad, madre de familia) o Fátima Vargas (una enferma terminal de cáncer en pleno tratamiento de quimioterapia).

Zygmunt Bauman, a partir del mítico Proteo, capacitado para cambiar de forma e identidad a su voluntad, sostenía que las personas pueden ser proteofílicas o proteofóbicas (2008: 29-31): las primeras serían aquellas personas fascinadas por el cambio, a las que les gusta vivir en las grandes urbes (proteofilia), mientras las segundas serían aquellas a las que no poder hablar dos veces con el mismo asesor de seguros o que le cambien la tienda de su calle les produce pavor (proteofobia). A estas dos figuras añade la mixofilia (como el gusto por mezclarse con extraños como algo placentero, emocionante y entretenido) y la mixofobia (como el terror por verse rodeado de gente desconocida). En la novela de Andrea Salgado las personalidades que transitan por la plataforma digital de La Calle son proteofílicas y mixofílicas, ya que, como a Mercurio, les produce placer la experimentación constante de diferentes vivencias, culturas y vidas, por lo que tal y como afirma Žižek el capitalismo mundial “favorece claramente una subjetividad caracterizada por identificaciones múltiples y cambiantes” (citado por Bourriaud, 2009: 92) arraigada en la cultura de la novedad. En la novela de Salgado la publicidad de este entorno digital te sugiere que “si estás excitada, no te masturbes”, ya que la mejor opción es conectarte a la vida de los otros y vivir a través de los simulacros:

Ella copulará por ti y así copularás sin copular. Copula como una infecta a través de Lucas. Que sea Lucas quien se ponga en riesgo de contaminación mientras tú te mantienes en completa asepsia y además, libre, hija mía, libre de los dolores del amor carnal [...]. ¿No es un alivio, hija mía, poder ser otra, copular como otra, pero tener la posibilidad de desconectarte en cualquier momento sin alterar la perfección de tu perfecta familia? (Salgado, 2018: 38- 39)

Los proveedores mencionados venden emociones y sentimientos que los usuarios de La Calle consumen del mismo modo que consumen una Coca-Cola, *cup cakes* o compran ropa. La protagonista de la novela es una mujer colombiana lesbiana que se cambió el nombre de Alba Lucía a Lucas. Se trata de una profesora universitaria cuya precariedad laboral (en la que muchos académicos podemos reconocernos) la lleva a ofrecer su vida para dejar de ser una persona y convertirse en un producto con X número de seguidores, X beneficios y unos objetivos que cumplir para ser eficiente y para ser promocionada por el sistema gracias a un contrato de teletrabajo con Network Enterprises. La IA que controla La Calle siempre está pendiente de ti, “programada en tu mente para ayudarte y redireccionarte por el mejor camino: el del éxito vital que se traduce en el éxito económico, en el tuyo y el de la empresa para la que trabajamos” (Salgado, 2017: 17). El sistema neoliberal capitalista te exige el máximo rendimiento: “Tienes dos días para reactivar la trama de tu vida, o de lo contrario, Network Enterprises te enviará de nuevo a la mazmorra del 50% de descuento. Yo estaré aquí, en tu mente, redireccionándote cada vez que note una desviación que nos aleje de nuestro objetivo” (Salgado, 2017: 26). El algoritmo

marca unos objetivos que vienen impuestos desde fuera de las necesidades del sujeto, por lo que estos proveedores se autoexplotan dentro de la dinámica de la trampa del pensamiento positivo. Frente a estos discursos Jack Halberstam nos advierte de que debemos ser conscientes de que “el capitalismo produce el éxito de algunas personas por medio del fracaso de otras, la ideología del pensamiento positivo insiste en que el éxito depende solo del trabajo duro y que el fracaso es siempre responsabilidad tuya” (2018: 15), por lo que si compramos una hipoteca basura y perdemos nuestra vivienda es nuestra responsabilidad; de este modo, no se penaliza un sistema que impone normas disciplinarias en torno al éxito económico (social o sexual), sino a los sujetos que el sistema quiere disciplinar a partir de unas normas externas frente a las que, sin ninguna duda, cabe rebelarse.

Tal y como sostiene Byung-Chul Han (2014), el neoliberalismo es un sistema muy eficiente para explotar la libertad, la emoción, el juego y la comunicación. La red digital se ha convertido en una plataforma de control y vigilancia, por lo que tras el panóptico disciplinario de nuestros cuerpos (Foucault) nos hemos adentrado en el panóptico cibernético, mucho más eficiente, ya que los residentes de este panóptico digital se desnudan voluntariamente al entregar datos e información no por coacción, sino por una necesidad generada por el mercado. El ciudadano de hoy es un consumidor que reacciona de forma pasiva ante lo social y lo político: “Hoy nos ponemos al desnudo sin ningún tipo de coacción ni de prescripción. Subimos a la red todo tipo de datos e informaciones sin saber quién, ni qué, ni cuándo, ni en qué lugar se sabe de nosotros. Este descontrol representa una crisis de la libertad que se ha de tomar en serio” (Han, 2014: 13-14).

En las casas que nos describen en la novela los usuarios de La Calle disponen de pantallas gigantescas que ocupan una pared al completo, igual que sucedía en la distopía *Fahrenheit 451* (1953, Bradbury),¹² donde la mayor aspiración de los ciudadanos era conseguir las cuatro paredes-pantalla para tener a su “familia” (a los que denominan primos) acompañándoles de manera envolvente e inmersiva. En estas pantallas se anuncian constantemente las vidas de los proveedores que te animan a experimentar. A diferencia de lo que acontece en *Quién quiere ser John Malkovich* (1999) —donde se puede percibir en primera persona la vida de John Malkovich pero no sentirla—, a diferencia de lo que ocurre en la película *Gamer* (2004) —en la que se controla el cuerpo del otro como si fuera tu avatar, pero no sientes sus emociones y sus experiencias— y a diferencia de lo que sucede en la película *Sustitutos* (2009) —donde sí que controlamos el cuerpo (en este caso de un avatar artificial) y vivimos en primera persona lo acontecido, pero tampoco sentimos la experiencia doble artificial—, en la novela de Andrea Salgado se nos describe una plataforma digital bio-orgánica en la que hay una gran demanda de “cotidianidad vital”, porque nos permite sentir en primera persona las experiencias de vida de los proveedores, aunque, en este caso, no controlamos el cuerpo de nuestro avatar orgánico.

La vida (junto a las emociones y sentimientos) de Lucas se vende por temporadas como cualquier serie de televisión, en formato folletín para que los usuarios lo adquieran pagando por capítulos. Aunque la plataforma dispone de las opciones Fiction, Non-Fiction y la opción Mush Up, la mayoría prefiere vivir la simulación de la vida de otros desde la idea de lo verdadero y lo auténtico, por lo que triunfa la categoría Non-Fiction para vivir las experiencias de los proveedores en el contexto de su vida real y cotidiana. A pesar de esto, al final de la novela hay un cambio en la tendencia de los consumidores cuyas preferencias se inclinan por la opción Mush-up de ficción y no-ficción (por la autoficción, al fin y al cabo). Les interesa la vida real pero con elementos ficcionales, por lo que muestran tener mayor interés por la manipulación de la realidad (la posverdad y la posproducción): “espectacularizar el yo consiste

¹² Es importante recordar que en la novela está prohibido pensar y también esta prohibido ir despacio (para evitar el momento de la reflexión o la contemplación: del pensamiento), de ahí que no les permitan conducir a menos de 150 Km por hora y todos tomen drogas. La era de la velocidad también es la característica de nuestros días (Virilio, 1997), y la propia Remedios Zafra (2015) reivindica la necesidad de dejar de contemplar las imágenes de manera acrítica para cerrar el párpado y permitir el espacio y la pausa para el pensamiento.

precisamente en eso: transformar nuestras personalidades y vidas (ya no tan) privadas en realidades ficcionalizadas con recursos mediáticos” (Sibilia, 2008: 223).

El sistema le pide a Lucas que no cree ficción porque el terror, la ciencia ficción y los thrillers están obsoletos, pues “los últimos estudios de mercado demuestran que lo quieren los habitantes no son grandes creaciones, sino la cotidianidad vital que ellos mismos, encerrados en sus templos de bienestar y aridez, se han negado a experimentar. Dime Lucas: ¿Hace cuánto crees que murió la ficción y tú sigues insistiendo?” (Salgado, 2017: 16-17).

El “síndrome de Antígona”: la empatía en la era de las plataformas digitales

“Ningún hombre es una isla”

John Donne, “Las campanas doblan por ti” (1624)

Con el “síndrome de Antígona” quiero poner sobre la mesa la falta de empatía que sentimos ante el dolor del Otro y cómo este tipo de relación se ha agudizado en la era de las plataformas digitales. Considero extremadamente revelador que la novela *Kentukis* se inicie con un paratexto de *La mano izquierda de la oscuridad* de Ursula K. LeGuin que reza así: “¿Nos contará usted de otros mundos allá entre las estrellas, de los otros hombres, de las otras vidas?”, donde la idea de “contar” incluye el concepto de la narración, de la oralidad y de la palabra, para la transmisión de esa experiencia. Sherry Turkle (2019) sostiene que en la actualidad los niños que interaccionan, se relacionan y se comunican a través de las nuevas tecnologías han dejado de lado las emociones, los afectos y la empatía. Las plataformas digitales promueven el intercambio escrito, por lo que se basan en la reticencia a tener intercambios orales directos, en detrimento de la hermenéutica del gesto y la palabra, a favor de la técnica condensada del meme. La texpectativa (como la expectativa ante la respuesta del otro cuando enviamos un mensaje) genera ansiedad, adicción y distracción, por lo que urge que aprendamos a gestionar esos métodos de comunicación, pero sobre todo urge politizar las distracciones de los más jóvenes para poner sobre la mesa que cuando interactúan con una representación, con una simulación, con un avatar y/o con una persona, están jugando al juego de la vida real. Y lo que está en juego es la construcción de su subjetividad y de su identidad (Turkle, 1997 y Lovink, 2019). En *Kentukis* el detonante para que se produzca el giro argumental se basa en el encuentro de Aina con el rostro del niño que había tras su Kentuki, mientras en el caso de la *Lesbiana, el oso y el ponqué*, el detonante de la miseria moral de los personajes de la novela radica en que los niños se entrenan para asesinar a los proveedores de vidas en La Calle, sin tomar consciencia de que, como en el *El juego de Ender* (de Scott Card, 1985), están tratando con personas reales.

Reinstaurar el hábito de la conversación requiere de la presencia del Otro. Emmanuel Levinas sostiene que el ser humano es interpelado moralmente a partir de la contemplación del “rostro” del Otro porque nos hace una demanda ética, aunque no sabemos qué nos demanda.¹³ Judith Butler considera que

¹³ “La proximidad del rostro es el modo de responsabilidad más básico [...], el rostro es el otro pidiéndome que no le deje morir solo, como si hacerlo significara volverme cómplice de su muerte. Así es como el rostro me dice: No matarás [...]. Mi relación ética de amor por el otro proviene del hecho de que el yo no puede sobrevivir por sí solo, no puede encontrar ningún

“[r]esponder por el rostro, comprender lo que quiere decir, significa despertarse a lo que es precario de otra vida o, más bien, a la precariedad de la vida misma [...]. Debe ser una comprensión de la precariedad del Otro. Esto es lo que vuelve al rostro parte de la esfera de la ética” (2006: 169). Cuando Alina, tras ser objeto del experimento artístico de su novio a partir de la manipulación de su Kentuki toma consciencia del daño que le ha podido ocasionar al Otro al contemplar su rostro y ver sus reacciones emocionales, rápidamente se siente interpelada y se imagina acariciando al niño, dándole la mano y diciéndole “[m]ejor nos sentamos —decía ella—, tenemos que hablar [...]. El chico estaba atento, la miraba, necesitaba lo que fuera que ella tuviera que decir. Bastaba abrir la boca y pronunciar casi cualquier palabra” (Schweblin, 2018: 220); es decir, bastaba una “conversación”. Tal y como sostiene Levinas, “estar en relación con el otro cara a cara es ser incapaz de matar” (citado en Butler, 2006: 174) y esa relación es una situación discursiva.

El Otro viene desde fuera hacia mí y cuando se ludifica la relación del rostro del otro, cuando su imagen y su representación ya no pueden mostrar el sufrimiento del otro, dejamos de percibir el dolor humano, y la proximidad que deberíamos tener respecto de la precariedad de la vida se esfuma. Toda la narración de Andrea Salgado se encamina a la llegada del Gran Evento. Los niños han estado entrenándose para ese momento (que se celebra periódicamente), al que asisten como si se tratara de un campo de juego de *paint-ball* virtual, denominado Parque de las Víctimas de Trapo. Ese es el lugar y el instante en el que los niños pueden liberar a los proveedores de vida orgánica de sus contratos; la liberación se consigue gracias al asesinato virtual de mano de los infantes. Fátima (uno de los proveedores) les intenta explicar que necesita que la aniquilen porque su enfermedad terminal la está destrozando: “Ya no más, niños. Este sufrimiento que siento es real, no es un juego. ¿Podrían ahora sí acabar de una vez con este juego? Ya saben que no me queda mucho tiempo de vida. Quisiera no proveer los últimos días que me quedan” (Salgado, 2017: 151), a lo que los niños le responden “Llora más, Fátima. Llora más, mujer. Cuéntanos cómo se siente estar pudriéndose por dentro” (Salgado, 2017: 151). Estos niños no tienen la opción de contemplar el rostro de Fátima, quizás ante la presencia de ese Velo de Maya del que habla Vicente Luis Mora (2019), como una especie de membrana interpuesta entre la realidad y el ser humano, cuando esa relación está mediada por las nuevas tecnologías. De ese modo, el Velo de Maya empaña la posibilidad de ver el verdadero rostro del Otro.

Esta especie de videojuego con personas reales cuyos consumidores canibalizan la vida y los sentimientos de los Otros¹⁴ convierte a los que venden su intimidad en víctimas literales de un sistema (un juego) que está en manos de unos niños. La plataforma digital de Andrea Salgado demuestra que la “ludificación del trabajo explota al *homo ludens*. Mientras uno juega, se somete al entramado de dominación. Con la lógica de la gratificación del me gusta, de los amigos o los seguidores, la comunicación social se somete actualmente al modo juego. La ludificación de la comunicación corre paralela a su comercialización. Destruye la comunicación humana” (Han, 2014: 42).

Tal y como señala uno de los personajes de la novela *Nefando* (2017), de Mónica Ojeda, la representación cultural que tenemos de la infancia no es realista, pues consideramos que todo es bondad y ternura cuando también existe la crueldad, la sexualidad y la violencia (como en todas las etapas del crecimiento y desarrollo del ser humano). Pero lo cierto es que la cultura y la educación audiovisual de los niños puede determinar y conformar la ética y sociabilidad que mostrarán de adultos. En la novela

sentido dentro de mi propio ser-en-el-mundo [...]. Exponerme a la vulnerabilidad del rostro es poner en cuestión mi derecho ontológico a la existencia” (Levinas citado por Butler, 2006: 166-167).

¹⁴ En uno de los anuncios en los que se ofrece a Lucas como el producto de moda que se recomienda consumir se dice lo siguiente: “es colombiana y por la sangre de esos tercermundistas corre una tendencia al melodrama, implantado en su código genético por las telenovelas. No importa qué le pase a Lucas, ella siempre es capaz de volverlo todo un novelón” (Salgado, 2017: 54). Por lo tanto, lo que vende en La Calle es el dolor, la pobreza y el tercermundismo, en un entorno de realidad virtual en el que se “mata lo feo” porque todo debe ser bello, aséptico, seguro e impregnado por la estética de las *cup cakes*.

Alba Cromm de Vicente Luis Mora, el personaje de Elena Cortés es una psicóloga que mientras observa cómo interactúan los niños con los videojuegos nos dice:

me da terror la crueldad de los niños. Ven morir —de manera virtual, lo concedo— decenas de personas o de avatares con una sonrisa en los labios. El dolor de los demás no les afecta. Es como un juego. Contemplan impasibles la televisión y ven el telediario como si fuera una película. Por mucho que les explico que en las noticias los fallecimientos y el dolor son reales, sus rostros revelan una indiferencia absoluta [...]. El dolor ajeno, real o imaginario, es una mera parte del decorado, una potencialidad lejana, una historia que sucede en un filme en el que ellos no son auténticos protagonistas, por lo que no pueden solidarizarse con las víctimas. El dolor sucede, para ellos, en otro planeta. En ese mundo terrible que es la mente de los niños, la vida es otro videojuego en el que creen que los muertos podrán también levantarse al reiniciar la pantalla. (Mora, 2010: 159-160)

Lo que reclaman estos textos no es “añadir la visión de las víctimas a la imagen del mundo, sino alterar de raíz nuestra forma de mirarlo y de comprenderlo” (Garcés, 2011: s/p). Reclaman la necesidad de educar en la honestidad, en la intervención, en el compromiso, la implicación y la ética. Marina Garcés nos interpela al decir que participar o interesarse por algo hace que nos distanciamos del mundo, por lo que nos invita a implicarnos y a que nos afecte la realidad porque “[s]er afectado es aprender a escuchar acogiendo y transformándose, rompiendo algo de uno mismo y recomponiéndose con alianzas nuevas” (2011: s/p). En la novela *Nefando* los hermanos Terán publican un videojuego en el que podemos entrar en una sala donde el cuerpo de una mujer permanece postrado en una cama. La mayoría de los usuarios/jugadores que interactúan con el videojuego, sin percibir que nuestras interacciones con lo digital, lo cultural y los simulacros son un campo de batalla en el que nosotros mismos, nuestra identidad y nuestra seguridad es la primera que se ve afectada, reaccionan violentando el cuerpo de esa mujer hasta que sangra virtualmente. Nuestras interacciones con el entorno tecnológico son lugares para la producción de la identidad, por lo que deberíamos preguntarnos cómo se produce la subjetividad en la era de las plataformas digitales. En este contexto, cobran relevancia las palabras del Cuco cuando nos dice que: “Para mí no hay nada más real en este puto mundo que las representaciones que hacemos de él” (Ojeda, 2017: 90), y se pregunta:

¿Cuál era el cuerpo de su yo sumergido en el interior del sistema de un ordenador?, se preguntó. ¿En dónde terminaba su subjetividad y en dónde comenzaba la de los demás dentro de un espacio virtual? Para El Cuco todos hacían *performances* cuando navegaban por la red y, durante un breve periodo eran sólo mente y representación: política pura. La representación llevada a la pantalla era la prueba más efectiva de que el cuerpo podía convertirse en una superficie plana para proyectar imaginarios mentales y que lo que se creía naturaleza, inmanencia, en realidad sólo era una construcción algorítmica presta a ser innovada. No había nada que funcionara mejor para despolitizar el cuerpo que ser fuera de él, existir fuera de su estructura. (Ojeda, 2017: 45-46)

Judit Butler afirma que la identificación con el otro siempre depende de una diferencia que intentamos superar porque “[a]quel con el que me identifico no soy yo, y ese ‘no ser yo’ es la condición de la identificación” (2006: 182), pero cuando los rostros se presentan a partir de imágenes mediadas (el Velo de Maya), nos muestran a un Otro con la marca de lo inhumano. Se trata de un simulacro que no es precario porque se presenta como un juego, aparece como un rostro ludificado y, en ese instante, ya no es posible la empatía (la afectación, la conexión o la sintonía) porque hemos sido apartados del rostro por medio de la misma imagen.

¿Pero qué medios de comunicación nos dejarán pensar y sentir esa fragilidad, en los límites de la representación tal como se cultiva y ejerce actualmente? Si las humanidades tienen algún futuro como crítica cultural y si la crítica cultural tiene hoy alguna tarea, es sin duda la de devolvernos a lo humano allí donde no esperamos hallarlo, en su fragilidad y en el límite de su capacidad de tener algún sentido. (Butler, 2006: 187)

Bourriaud se refiere al exotismo como el sentimiento que tenemos de lo diverso y el conocimiento de algo que no es uno mismo (2009: 70) y nos remite al concepto de “éxota” de Sangalen para referirse a aquella persona que tiene la capacidad de “volver a sí mismo luego de haber atravesado lo diverso” (Bourriaud, 2009: 73), con la precaución de evitar una mirada colonial o exotizante del Otro. Por mi parte, preferiría evitar términos como el de “atravesar o penetrar” que entrarían dentro del campo semántico de lo fálico en tanto una intromisión en un cuerpo extraño que implica cierta violencia hacia el otro, por lo que considero más productivo partir del concepto de “ser afectado” (Marina Garcés, 2011), así como del de “afinidad” o “simbionte” (Donna Haraway, 2019) para repensar los vínculos que establecemos con lo diverso.

En *Nefando*, el personaje del Cuco ha heredado una biblioteca de ciencia ficción entre cuyos libros se encuentra la novela *¿Sueñan los androides con ovejas eléctricas?* de Philip K. Dick, protagonizada por unos androides a los que no les está permitido soñar, ni sentir. La mayoría de las distopías clásicas eliminan las emociones y los sentimientos de las sociedades que representan, y en la narración de Philip K. Dick se describe una caja negra de empatía a la que los humanos se pueden conectar para sentir que forman parte de una comunidad.¹⁵ El Cuco se pregunta si sería posible que existiera “una forma de conectarse con el dolor y la alegría de los otros para, de repente, ser los otros, encarnarlos, amarlos de verdad, y luego entendió [...] que lo más cercano a la caja de empatía que tendría nunca sería su ordenador con acceso a internet, su ordenador que le permitía extender su empatía un poco más allá del límite impuesto por su corporalidad y su territorialidad” (Ojeda, 2017: 48-49). En síntesis, para el Cuco la tecnología dota de humanidad a las personas y las ayuda a unirse y no a separarse. Actualmente existen plataformas y proyectos de realidad virtual cuyo fundamento se basa en la posibilidad de conectarnos con el Otro, y a pesar de que Jaron Lanier (2018) sostenga que nuestro mundo no está más conectado, sino que sufre una agudizada sensación de aislamiento y que las redes sociales destruyen nuestras capacidades empáticas, lo cierto es que en los ochenta defendía que la RV se convertiría en una tecnología capaz de favorecer la idea del “calentamiento social” (Schep, 2020), en la línea de proyectos como los de BeAnotherLab (<http://beanotherlab.org/>), así como de distintas prácticas hiperpolíticas (Alonso y Arzoz, 2005) o ciberfeministas (Zafra y López-Pellisa, 2019).

En 1980 se establecieron los derechos de la solidaridad (tercera generación),¹⁶ centrados en el uso de la ciencia y la tecnología, así como el derecho de las futuras generaciones a disponer de un medio ambiente ecológico (y social) saludable. Menciono este punto porque Tijmen Schep ha desarrollado el concepto de “enfriamiento social” para referirse a los modos en los que cambia nuestro comportamiento cuando sabemos que nos observan (como un efecto del panoptismo cibernético), ya que en numerosas ocasiones dejamos de ejercer nuestra libertad de expresión en las plataformas digitales para no cambiar nuestra imagen en las redes (nuestra reputación digital), y eso genera un “efecto paralizante” que podría llegar a “enfriar” a la sociedad, por lo que afirma que “así como el petróleo lleva al calentamiento global, los datos llevan al enfriamiento social” (Schep, 2020: s/p). Tijmen Shep nos advierte de que si nos dejamos llevar por la “economía de la reputación” generaremos una “cultura de la conformidad” (nos

¹⁵ En la novela de Philip K. Dick la diferencia entre los humanos y los replicantes se fundamenta en que estos últimos no tienen la capacidad de ser empáticos, aunque, paradójicamente, los humanos necesitan de una caja negra (un artefacto) para fomentarla de manera artificial, por lo que se evidencia cómo la empatía es una competencia cultural que debemos atender, cuidar, generar y educar. La fusión con Mercer que proporciona la caja negra es similar al sentimiento de comunidad religioso. En el mundo de Dick también existe el Penfield, una máquina que controla los estados de ánimo con la capacidad de apagar la conciencia de los usuarios para que puedan sentirse bien (dejando de sentir), e incluso puede inducirte alegría o una depresión. Se introduce de este modo la temática sobre la posibilidad de generar emociones y sentimientos de manera artificial, como un producto del mercado y del poder.

¹⁶ Los derechos humanos se han dividido en tres generaciones, y los de tercera generación son los relacionados con el desarrollo sostenible, la protección de los datos personales y el derecho a gozar de un medioambiente sano, por lo que son derechos relacionados con el futuro. Los derechos de tercera generación implican nuestra solidaridad con las personas y las especies que vendrán (véase https://eacnur.org/blog/derechos-humanos-tercera-generacion-tc_alt45664n_o_pstn_o_pst/).

autocensuramos al no compartir cierta información para que no nos relacionen con cierta ideología), por lo que hay que criminalizar la recopilación de datos y visibilizar la manipulación a la que nos someten los algoritmos. Lo que me parece políticamente más interesante de la propuesta de Schep es la relación que establece entre “el enfriamiento social” y el “calentamiento global”, ya que se trata de una contaminación sutil que necesita no solo de la respuesta de las instituciones, sino de la sociedad y de la opinión pública. Por lo tanto, para paliar el “enfriamiento social” y el “calentamiento global” debemos apelar a la ecojusticia, así como a la empatía y los afectos como los nuevos retos del poshumanismo hasta situarnos en un contexto en el que la crítica de la cultura se implique y se deje afectar por los lenguajes que traten honestamente con la realidad (Garcés, 2011). El poshumanismo crítico transfeminista nos permite analizar las formas de poder que causan sufrimiento, así como tomar consciencia de que vivimos en un planeta dañado, por lo que cobra importancia el discurso de Haraway (2019) cuando nos propone aprender a vivir y a morir con responsabilidad (como la habilidad de ser responsables) en la era del Chthuluceno, y abogar así por la complicidad transespecie.

El “síndrome de Mercurio” hace que nos autoconvirtamos en mercancías que transitan a gran velocidad entre las redes del ciberespacio, al mismo tiempo que el “síndrome de Argos” nos permite mantener en estado de vigilancia a anónimos y conocidos, mientras somos a su vez vigilados y controlados por nuestros iguales, por el Estado y por las grandes multinacionales, pero lo que debemos evitar a toda costa es padecer el “síndrome de Antígona”, porque si no empatizamos/sintonizamos/somos afectados con/por el dolor de los otros, estaremos colaborando con la extinción de la humanidad. No sabría decir si nunca fuimos modernos, si hemos sido posmodernos o si somos premodernos, pero lo que sí me atrevería a afirmar, tras la revisión mitológica de los motivos que continúan representando los modos de sociabilización y producción del ser humano, es que a pesar de vivir en la era del ciberespacio y las plataformas digitales seguimos siendo unos clásicos. No quiero finalizar este artículo sin manifestar que, a pesar de todo, me considero una cibernauta poshumanista y xenofeminista ávida de nuevos mitos que todavía cree que la revolución puede ser tuiteada.

Bibliografía

- AHMED, Sara (2015), *La política cultura de las emociones*. Ciudad de México, programa Universitario de Estudios de Género de la UAM. DOI: <<https://doi.org/10.22201/crim.unam000001c.2017.c9>>.
- BAUMAN, Zygmunt (2008), *Múltiples culturales, una sola humanidad*. Albino Santos Mosquera(trad.). Buenos Aires/Madrid, Katz Editores.
- BERARDI, Franco (2003), *La fábrica de la infelicidad. Nuevas formas de trabajo y movimiento global*. Madrid, Traficantes de Sueños.
- BOURRIAUD, Nicolas (2009), *Radicante*. Michèle Guillemont (trad.). Buenos Aires, Adriana Hidalgo editora.
- BUTLER, Judith (2006), *Vida precaria. El poder del duelo y la violencia*. Fermín Rodríguez (trad.). Barcelona, Paidós.
- CORTÁZAR, Julio (2002), “Preámbulo a las instrucciones para dar cuerda al reloj”, en *Historias de cronopios y de famas*, en *Cuentos completos/1*. Madrid, Alfagura, p. 417.
- DICK, Philip K. (2003), *¿Sueñan los androides con ovejas eléctricas?* César Terrón (trad.). Barcelona, Edhasa.
- FOUCAULT, Michel (2007), *Nacimiento de la biopolítica. Curso en el Collège de France (1978-1979)*. Horacio Pons (trad.). Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

- GARCÉS, Marina (2011), “La honestidad con lo real”, *Sismo. Festival de creación in situ*. Consultado en <<http://www.tea-tron.com/sismo/blog/2011/10/06/la-honestidad-con-lo-real-de-marina-garces/>> (10/03/2021).
- HALBERSTAM, Jack (2018), *El arte queer del fracaso*. Javier Sáez (trad.). Barcelona, Egales Editorial.
- HAN, Byung-Chul (2014), *Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Barcelona, Herder.
- HARAWAY, Donna (1999), “Las promesas de los monstruos: una política regeneradora para otros inapropiados/bles”, en *Política y Sociedad*, n.º 30, pp. 121-163.
- HARAWAY, Donna (2019), *Seguir con el problema. Generar parentesco en el Chthuluceno*. Helen Torres (trad.). Bilbao, Consonni.
- ILLOUZ, Eva (2006), *Intimididades congeladas. Las emociones en el capitalismo*. España/Buenos Aires, Katz Editores. DOI: <<https://doi.org/10.2307/j.ctvndv74r>>.
- LANIER, Jaron (2018), *Diez razones para borrar tus redes sociales de inmediato*. Epub Libre.
- LÓPEZ-PELLISA, Teresa (2015), *Patologías de la realidad virtual. Cibercultura y ciencia ficción*. Ciudad de México/Madrid, Fondo de Cultura Económica. DOI: <<https://doi.org/10.5565/rev/brumal.405>>.
- LOVIN, Geert (2019), *Tristes por diseño. Las redes sociales como ideología*. Matheus Calderón Torres (trad.). Bilbao, Consonni.
- MORA, Vicente Luis (2010), *Alba Cromm*. BarcelonaM Seix Barral.
- MORA, Vicente Luis (2019), “Las interfaces inmersivas de la narrativa contemporánea”, en *Caracteres*, vol. 8, n.º 1, pp. 264-268.
- MULVEY, Laura, (1988), “Placer visual y cine narrativo”. Santos Zunzunegui (trad.). *Eutopías 2º época*. Valencia, Centro de Semiótica y teoría del espectáculo Universitat de València, pp. 1-22.
- NOGUEROL, Francisca (2013), “Barroco frío: simulacro, ciencias duras, realismo histérico y fractalidad en la última narrativa en español”, en Montoya, Jesús y Ángel Esteban (eds.), *Imágenes de la tecnología y la globalización en las narrativas hispánicas*. Frankfurt/Madrid, Iberoamericana/Vervuert, pp. 18-31. DOI: <<https://doi.org/10.31819/9783954871940-002>>.
- OJEDA, Mónica (2017), *Nefando*. Barcelona, Editorial Candaya.
- PUELLES, Andoni Alonso e Iñaki Arzoz (2005), “La República hiperpolítica: la política en la era de la cibercultura y la mundialización”, en *Pliegos de Yuste: revista de cultura y pensamiento europeo*, vol. 1, n.º 3, pp. 95-106.
- RODRÍGUEZ DE LAS HERAS, Antonio (2019), “El renacer de la palabra en el mundo digital”, *The conversation*. Consultado en <<http://theconversation.com/el-renacer-de-la-palabra-en-un-mundo-digital-121763>> (05/03/2020).
- SALGADO, Andrea (2017), *La lesbiana, el oso y el ponqué*. Bogotá, Ediciones B, Penguin Random House Grupo Editorial.
- SANABRIA, Carolina (2008a), “La mirada voyeur: construcción y fenomenología”, en *Revista de Ciencia Sociales*, n.º 119, pp. 163-172. DOI: <<https://doi.org/10.15517/rcs.v0i119.10791>>.
- SANABRIA, Carolina (2008b), “Gran Hermano: el panóptico massmediático”, en *Rev. Reflexiones*, vol. 87, n.º 2, pp. 111-124.
- SCHEWBLIN, Samantha (2018), *Kentukis*. Barcelona, Penguin Random House.
- SHEP, Tijmen (2017), *Enfriamiento social*. Consultado en <<https://www.socialcooling.com/es/>> (15/02/2020).
- SIBILIA, Paula (2008), *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

- TURKLE, Sherry (1997), *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet*. Barcelona, Paidós.
<<https://doi.org/10.5354/0717-9162.2006.10790>>
- TURKLE, Sherry (2019), *En defensa de la conversación. El poder de la conversación en la era digital*. Joan Eloi Roca (trad.). Barcelona, Ático Libros.
- VIRILIO, Paul (1997), *El ciber mundo la política de lo peor*. Mónica Poole (trad.). Madrid, Teorema.
- ZAFRA, Remedios (2015), *Ojos y capital*. Bilbao, Consonni.
- ZAFRA, Remedios y López-Pellisa, Teresa (2019), *Ciberfeminismo: de VNS Matrix a Laboria Cuboniks*. Barcelona, Holobionte.