

# ARTE Y REDES SOCIALES: PRÁCTICAS POSTDIGITALES, PRIVACIDAD E IDENTIDADES

Áurea Muñoz del Amo\* y Helena Hernández Acuaviva\*\*  
Universidad de Sevilla

## RESUMEN

Vivimos en la ‘era del acceso’ (Rifkin, 2000), un nuevo tiempo hiperconectado, en el que cualquier persona con un dispositivo digital e Internet tiene a su disposición una incommensurable y heterogénea cantidad de información. No obstante, las personas que habitan el mundo virtual tienen la necesidad de atender a la presión comunicacional que ejercen las redes sociales, obligándose a permanecer conectadas en modo multiusuario a numerosos canales en paralelo. Estamos en una época en la que ya no importa tanto ‘poseer’, sino ‘probar’ y ‘vivir’ el momento efímero en red. El arte, siempre en evolución y abierto a la transformación, se ha visto indudablemente determinado por los avances tecnológicos contemporáneos. Desde la aparición de la Web 2.0 –con la acelerada incursión de las redes– la sociedad ha experimentado un cambio revolucionario en la forma de relacionarse y comunicarse y, de igual modo, el devenir cibernético ha permeado en las prácticas artísticas del siglo XXI.

**PALABRAS CLAVE:** prácticas postdigitales, *social media art*, privacidad, identidad en red, creación artística.

## ART AND SOCIAL NETWORKS: POST-DIGITAL PRACTICES, PRIVACY AND IDENTITIES

## ABSTRACT

We live in the ‘age of access’ (Rifkin, 2000), a new hyperconnected time, in which anyone with a digital device and the Internet has at its disposal an immeasurable and heterogeneous amount of information. However, the people who inhabit the virtual world have the need to attend to the communicational pressure exerted by social networks, forcing them to remain connected in multi-user mode to numerous channels in parallel. We are in an era in which it is no longer so important to ‘own’, but it is to ‘taste’ and ‘live’ the ephemeral moment on the net. Art, always in perpetual evolution and open to transformation, has undoubtedly been determined by contemporary technological advances. Since the emergence of Web 2.0, with the accelerated incursion of networks, society has experienced a revolutionary change in the way of relating and communicating and, likewise, the cybernetic evolution has permeated the artistic practices of the 21<sup>st</sup> century.

**KEYWORDS:** postdigital practices, social media art, privacy, network identity, artistic creation.



## INTRODUCCIÓN

El arte, siempre de la mano de su tiempo, es un sismógrafo de los acontecimientos sociales. De ahí que el arte último se haya visto indudablemente afectado por el creciente uso de Internet y las redes sociales, especialmente en los ámbitos de la creación ligados a la fotografía, el audiovisual y a prácticas de naturaleza digital. Los avances e innovaciones tecnológicas de este siglo han cambiado forzosamente los modos de representación, observación y creación.

En el marco de la economía capitalista en el que nos movemos, la eficacia tecnológica ha impreso una notable aceleración a la producción, incrementando igualmente los ritmos vitales y sociales, hasta el punto de la ‘disincronía’ (Han, 2015). Este cambio en el sentido del tiempo ha tergiversado el propio valor del tiempo, afectando, como no podría ser de otra manera, a la gestión del tiempo también en el arte. La dispersión temporal que sufrimos, trasladada al espacio de lo visual, deviene en una suerte de atomización de la mirada. De hecho, nos atrevemos a decir que, en el arte, los tiempos de exposición y visualización de las obras son ya otros. Adentrarse en la creación artística supone un esfuerzo por entender, observar y leer las imágenes. Supone invertir tiempo. Un tiempo que ahora resulta relativo, esquivo, fugaz. Sin embargo, muchos artistas han asumido y hecha suya esta nueva forma de vivir el tiempo, optando por el empleo de filtros de Snapchat en tiempo real, gifs en movimiento, *reels* de Instagram o vídeos de Tik Tok de pocos segundos como medio y formato de creación.

En este orden de cosas, diríamos que ‘tiempo’ y ‘mirada’ son, en el contexto del *social media art*, dos agentes determinantes. El sentido de la vista se ha visto indudablemente afectado por la voracidad consumista propia de nuestro sistema económico, de manera que esa misma sed que nos empuja a comprar compulsivamente a golpe de irrefrenables deseos nos lleva también a consumir imágenes de forma desmesurada, sin apenas margen para poder digerir lo que estamos viendo. Las pantallas se han multiplicado. A ese dispensador de imágenes que es la televisión, se han sumado *smartphones*, ordenadores, *tablets*. Hoy por hoy nos hallamos inmersos, *de facto*, en esa frenética ‘sociedad del espectáculo’ (Debord, 2015) descrita por Guy Debord a finales de los sesenta; una sociedad, hoy más que nunca, mediatizada por la imagen.

Las redes sociales –sitios en línea donde los usuarios pueden consumir y crear contenido– nacieron como espacios libres donde compartir y comunicarse con otras personas. Sin embargo, estos lugares han crecido progresiva y exponencialmente, multiplicando el número de usuarios y los nodos entre ellos. De hecho, actualmente es raro quien no posee una cuenta en algún tipo de red social. El éxito del servicio, como todos sabemos, en gran medida, se debe a su aparente gratuidad.

---

\* Profesora titular, Departamento de Dibujo, Facultad de Bellas Artes, Universidad de Sevilla, España. *E-mail*: [aurea@us.es](mailto:aurea@us.es).

\*\* Investigadora contratada / doctoranda, Facultad de Bellas Artes, Universidad de Sevilla, España.

Basta con aportar los datos requeridos para formar parte de una nueva comunidad *online*. Aquí, el usuario, la mayoría de las veces, ni siquiera se plantea quién le está solicitando sus datos personales ni qué uso hará de ellos, a pesar de que esta cesión voluntaria suponga una injerencia en su privacidad.

En este contexto, desde el momento en que se expande el uso de las redes sociales a principios del siglo XXI, el número de artistas cuyas reflexiones han comenzado a girar en torno al problema de la sobreexposición en la red, la disolución de la identidad o la –cada vez más habitual– presencia de *bots* e inteligencias artificiales en estos entornos virtuales ha ido en aumento. Se trata de artistas que, por lo general, toman estas plataformas comunicacionales como espacios para la reflexión, el juego, la reivindicación o la denuncia, aprovechando sus posibilidades estéticas y creativas y explorando sus límites.

## ANTECEDENTES

Dada la contemporaneidad del tema a tratar, como cabe deducir, las reflexiones y estudios en torno al mismo están limitados a las últimas décadas. En consecuencia, los antecedentes que consideraremos se inscriben fundamentalmente dentro de los últimos setenta años. Destacaremos aquí los que nos han parecido más relevantes y más acordes a las cuestiones que se van a tratar en las siguientes páginas; que versarán sobre prácticas postdigitales, privacidad y disolución identitaria, vistas desde la óptica del *social media art*.

Debemos citar como antecedentes principales a quienes, consideramos, ya anunciaban visionariamente lo que iba a suceder en nuestra era. Uno de esos autores fue, como apuntábamos en la introducción de este artículo, Guy Debord, quien en 1967 publicó *La sociedad del espectáculo* (Debord, 2015). En aquellos años pre-internautas, en los que aún no era posible pensar en el impacto que tendría la red en las relaciones humanas, Debord ya vaticinó el control que sufriría la sociedad a través de los medios de comunicación y el papel que la imagen iba a jugar al respecto, señalando que solo el arte y la contracultura tendrían capacidad para luchar contra el discurso oficialmente impuesto. «El espectáculo es el capital a un grado de acumulación tal que éste deviene imagen», diría (Debord, 2015, 50). El poder de la imagen también fue objeto de reflexión para el filósofo checo-brasileño Vilém Flusser, quien, en el libro publicado en 1985, titulado *El universo de las imágenes técnicas* (Flusser, 2017), ya advertía sobre una sociedad totalitaria, donde los ‘funcionarios de las imágenes’ convivirían con creadores y coleccionistas de imágenes.

Entrando ya en la era propiamente digital –esto es, a partir de los noventa del pasado siglo–, nuestras referencias de pensamiento se amplían. Entre otros a quienes mencionaremos en las próximas páginas, destacamos a José Luis Brea, ya que fue precursor en afrontar el cambio cultural en la era de la distribución electrónica. Uno de sus textos ineludibles es *Las tres eras de la imagen* (Brea, 2016), donde recoge la ‘historia de la imagen’ desde una mirada teórico-crítica. De igual manera es primordial en este estudio Joan Fontcuberta, artista y teórico que abrió las puertas al análisis de la postfotografía –*La furia de las imágenes. Notas sobre la postfotografía*



(Fontcuberta, 2016) aborda detalladamente la problemática de la fotografía digital y su relación con la transformación de Internet, la aparición de las redes sociales y la velocidad a la que circulan las imágenes en la red—. Asimismo, consideramos que las reflexiones de Hito Steyerl, también artista y autora de múltiples escritos y conferencias, han sido esenciales a la hora de indagar en el arte producido en el contexto de esta sociedad hipermediatizada de la que formamos parte —*Condenados de la pantalla* (Steyerl, 2018) recoge distintos ensayos en los que la autora vierte claves fundamentales para comprender el poder de la imagen virtual—. Tampoco podemos dejar atrás a Juan Martín Prada, con numerosos estudios en torno a las estrategias que utilizan los artistas del *social media art* —*Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales* (Martín, 2015); *Hacia una teoría del social media art* (Martín, 2020)—. Y, por último, Byung-Chul Han, en cuyos trabajos plantea, de forma sencilla y desde un posicionamiento crítico, ideas muy potentes sobre cuestiones de actualidad relacionadas con el capitalismo, la tecnología, la hipertransparencia y la sociedad del trabajo —*La sociedad de la transparencia* (Han, 2020)—.

## PRÁCTICAS ARTÍSTICAS POSTDIGITALES

Partimos del convencimiento de que el arte hoy, más que nunca, es un pilar imprescindible para poder llevar a cabo esa reflexión pausada tan necesaria en nuestra era. El arte facilita romper las reglas de sistemas estructurados, ayuda a observar la realidad y propicia la reflexión. Y es que, si bien el artista siempre ha actuado como espejo del espíritu de su época, opinamos que su papel es, si cabe, aún más crucial en este siglo, pues en un tiempo en el que la urgencia entorpece al pensamiento, el arte aún se presenta como una vía de conocimiento capaz de aportar perspectivas insospechadas sobre cuestiones de suma importancia. Cuestiones a las que muchas veces no se les da la relevancia que merecen, porque la velocidad y la sobresaturación en la que vivimos impiden que reparemos en ello. Estando en medio del torbellino de información e imágenes que invade el mundo contemporáneo —real y virtual— es difícil pararse a pensar. Nos dejamos llevar por la inercia de la masa, no cuestionamos las normas y adoptamos comportamientos automatizados y sorprendentemente acríticos. El arte, sin embargo, puede actuar como freno al mostrarnos la realidad desde un punto de vista alternativo y sorpresivo.

No en vano, si para pensar es necesario disponer del tiempo necesario para hacerlo, también es cierto que cada tiempo requiere un modo de pensar. Estamos en un momento en el que la comunicación es inmediata, multicanal y polimórfica, a través de imagen, texto y sonido. Nos comunicamos de una forma muy diferente a hace tan solo unas décadas, cuando solo teníamos acceso a una televisión en la que no existían contenidos a la carta y el teléfono de línea era fijo. Sin embargo, rápidamente nos hemos adaptado al nuevo sistema comunicacional, hasta el punto de no poder prescindir del ordenador, del móvil ni del acceso a Internet. Por ello, pensamos, en sintonía con la visión de Claudia Giannetti, que es necesario buscar nuevas formas de reflexión y distintas experiencias, «... que permitan la asimilación y el análisis —y no la renuncia— de los respectivos fenómenos contemporáneos» (Giannetti, 2002, 8).



Como decíamos, la tecnología digital ha dado pasos agigantados en cuestión de pocos años, avanzando, pero sin por ello renegar de sus usos anteriores. En lo tocante al desarrollo del que ahora es un canal de comunicación indispensable, Internet, la evolución ha sido y continúa siendo vertiginosa. A mediados de los setenta del pasado siglo se desarrolla el protocolo control de transmisión (TCP), una herramienta fundamental para facilitar la creación de interconexiones seguras que continúa siendo, a día de hoy, primordial en Internet. En los noventa despegaba la denominada Web 1.0, estática y para catálogos *online*, en la que el usuario estándar solo podía leer y buscar contenidos. Seguidamente, en los primeros años del siglo XXI surge la Web 2.0, bidireccional, más social e interactiva, en la que el usuario no es ya solo consumidor, sino productor de contenidos. El paso hacia la segunda década del siglo supuso también el tránsito hacia la Web 3.0 o ‘web semántica’; una web más rápida, de fácil acceso y estructurada, en la que el *software* juega un papel relevante, posibilitando la creación de contenido personalizado en base a la información ya existente. No obstante, actualmente convivimos con la Web 4.0, una nueva capa que integra la inteligencia artificial y que mejora la comunicación con y entre las máquinas (Esaño, 2010). Con todo, en los últimos años se ha normalizado un nuevo término dentro del vocabulario internauta: ‘metaverso’. Un concepto que, curiosamente, fue profetizado hace ya 30 años en la novela de Neal Stephenson *Snow Crash* (Stephenson, 1992), quien imaginaba el empleo habitual de avatares como proyecciones de las personas en entornos de realidad virtual dentro de un futuro distópico ubicado en el siglo XXI. La palabra *metaverso* alude, como cabe deducir de su prefijo, a un universo más allá del que conocemos. Se trata de un entorno multiusuario que aún se encuentra en fase de asentamiento de cara al internauta de a pie, si bien la apuesta por el metaverso es clara por parte de las grandes empresas digitales –basta el ejemplo del cambio de nombre que ha sufrido Facebook en 2021, ahora Meta–. Es llegados a este punto cuando, de acuerdo con Juan Martín Prada, podría decirse que el término *post-Internet* adquiere pleno sentido, pues nos hallamos en «... una fase en la que Internet habría llegado a ser un elemento omnipresente, central, en nuestro contexto de vida, y sin el que no serían concebibles las nuevas formas de vida y producción» (Prada, 2017).

Muy ligada a la noción *post-Internet* estaría la idea del *postdigital*, aunque esta última tendría un significado más amplio y no exclusivamente ligado a Internet, pero sí evidentemente vinculado al empleo de la tecnología digital. El término fue introducido en el ámbito académico por el compositor de música electrónica Kim Cascone, quien publicó un artículo dedicado justamente a analizar este vocablo recién acuñado en el plano musical: «The Aesthetics of Failure: Post-Digital’ Tendencies in Contemporary Computer Music» (Cascone, 2000) y es justamente en esta primera década del nuevo milenio en la que puede fecharse la entrada en esta nueva fase de la cultura contemporánea. El prefijo *post-* o *pos-*, si se prefiere, es en sí mismo controvertido, pues, aunque hace referencia a un periodo que sigue a otro, no lo hace únicamente en un sentido continuista. El *post-digital*, creemos, no es ‘un algo’ que simplemente va después de ‘otra cosa’ que ha finalizado; aquí el prefijo implicaría ir ‘más allá’; en este caso, de lo digital. Es más bien un momento de exploración de las posibilidades que ofrece el despliegue tecnológico de esta era.



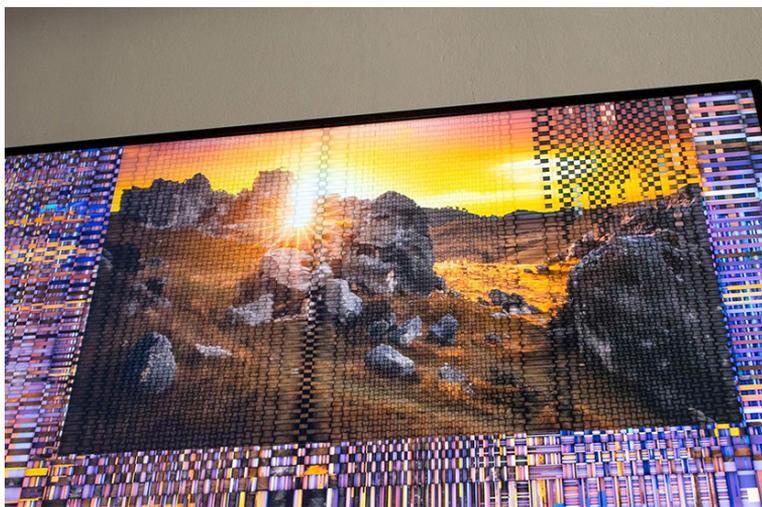


Figura 1. *Shred* (Daniel Canogar, 2021).  
Disponible en <http://www.danielcanogar.com/es/obra/shred>.

Estamos ante la continuación de lo digital evolucionado y mutado. Se trataría, por lo tanto, de un momento en que la tecnología digital se ha asentado y asumido natural, y donde lo digital atraviesa cualquier forma de producción cultural, incluidas las artes plásticas y visuales (Llamas, 2020). En este último caso podríamos hablar en términos de *post-digital art* o arte *postdigital*.

Con todo, en el espacio de la creación artística, las prácticas postdigitales se sobreentienden transmediales; esto es, si bien el medio de creación suele ser digital, la producción final puede tomar forma analógica completa o en parte, o ser puramente virtual, pero siempre estará ligada, de una u otra forma, a las tecnologías informáticas. Optar por una forma más o menos digital depende del posicionamiento del artista ante la tecnología. Hay creadores que abordan las cuestiones que aluden al medio digital desde la recuperación de lo tangible y de los procesos *low-tech*, adoptando, con frecuencia, posturas irónicas o reivindicativas al respecto. Hay artistas que prefieren emplear el lenguaje del medio para hablar del propio medio, innovando con él. Sea como fuere, los artistas postdigitales, en mayor o menor medida, integran o hacen suyas las tecnologías digitales, conscientes de que hoy el público que se acerca al arte posee una forma de ver y entender el mundo intermediada por las pantallas.

Son muchos los artistas a los que podríamos recurrir para ilustrar las derivas del postdigital, pero uno de los imprescindibles es, sin duda, Daniel Canogar. La producción de Canogar es una muestra clara del empleo del medio y el lenguaje digital para reflexionar sobre lo que sucede en él y cómo afecta a la sociedad. De entre su extensa producción analizaremos la obra titulada *Shred* (figura 1), creada en 2021. Esta pieza es, en sí misma, una crítica directa a la estética y vulgaridad del



Figura 2. *Oblomo* (Sašo Sedlaček, 2019-2020).  
Disponible en <http://sasosedlacek.com/oblomo/>.

fenómeno del criptoarte, del que tanto se ha escuchado hablar últimamente. Esta obra consiste en un vídeo generativo que usa como materia prima los NFT (Non-Fungible Token) que circulan por Internet. La pieza se sustenta en un algoritmo diseñado expresamente por Daniel Canogar que, conectado en tiempo real, recoge NFT que se acaban de vender en plataformas e-commerce, para automáticamente destrozarlos, descomponiendo los archivos en hileras de píxeles y reorganizándolos nuevamente en forma de trenzas que componen un telar visual en constante confección; una actividad incesante de deconstrucción y reconstrucción que, metafóricamente, responde a la muy reciente fiebre de coleccionismo de imágenes digitales originales, certificadas a través de las también novedosas *blockchains*. Como el propio título de la obra apunta, el algoritmo tritura los NFT; un hecho que no carece de ironía, ya que para Canogar el fenómeno NFT es, en cierto modo, un fenómeno *kitsch*, desde el momento en que se presta más atención a la novedad de que sea un tipo de arte cuyo valor se mide en criptomonedas que a su propio valor artístico.

En el puente entre lo analógico y lo digital se ubica la obra del artista de origen esloveno Sašo Sedlaček. La producción de este creador posee un profundo sentido social, por lo que aborda temas relacionados con la exclusión de clases, la basura y el reciclaje o problemáticas relacionadas con el trabajo y la economía, y las pone en relación con las tecnologías digitales. De ahí que, para la materialización de sus proyectos, recurra al uso de tecnología *low-cost* y *software* con código abierto. Entre sus piezas, señalaremos *Oblomo* (figura 2), creada entre los años 2019-2020, basada en el empleo de la tecnología *blockchain* (una 'cadena de bloques' que contiene información codificada, diseñada para realizar operaciones seguras en la red).



El título de la obra lo toma prestado de un personaje del escritor ruso Ivan Goncharov, Ilya Ilyich Oblomov, protagonista de la novela homónima y el ser ficcionado más perezoso de la literatura mundial. La razón de este título responde al carácter del proyecto: una plataforma comercial de ‘no trabajo por trabajo’, que premia a los espectadores cuando detecta su falta de actividad. Es decir, Sedlaček convierte la pereza en un valor, tanto ético como económico. Con ello, el artista democratiza valores privilegiados y cambia nuestra perspectiva sobre la pereza, que, de ser un vicio reprochable y poco loable, pasa a ser una actitud recompensada. La pereza se convierte así en una actividad productiva que se remunera digitalmente, en forma de criptodivisas. Esto es, cuando la plataforma de *software* de aprendizaje automático (la plataforma de IA) detecta la inactividad del usuario, lo recompensa con ‘monedas Oblomo’, creadas por el propio sistema, que se pueden canjear como servicios y bienes en el mercado de la propia plataforma. Actualmente se puede acceder a esta obra desde un dispositivo con cámara a través del enlace <https://oblomo.si/>. *Oblomo* aborda dos cuestiones relevantes en torno a las dinámicas propias del siglo XXI. Por un lado, recalca el hecho de que el trabajo físico está siendo, progresivamente, sustituido por la inteligencia artificial y los robots. Y, por otro, subraya el impacto devastador que la acción del ser humano está teniendo sobre el medioambiente y la falta de reflexión al respecto, pues el proyecto también lleva un mensaje relacionado con el cuidado de la naturaleza y de la salud física y mental: la pereza es orgánica, ecológica y saludable, por cuanto contrarresta el estrés al que estamos sometidos en la vida diaria a causa de los ritmos que imprimen las tecnologías digitales.

## LA FALTA DE PRIVACIDAD EN LA RED

No hace mucho tiempo, la gente solía escribir su diario en cuadernos de papel que guardaban celosamente para salvaguardar su privacidad, en una expresión máxima de intimidad. Bitácoras donde se anotaban vivencias del día a día, encuentros amorosos, pensamientos fortuitos, retos, añoranzas o experiencias. Hoy esos lugares secretos e individualizados se han convertido en espacios abiertos para todo aquel que tenga interés de curiosear, adoptando forma de blogs, cuentas de Instagram o Facebook o TikTok. Un voyeurismo consentido en el que el usuario que se exhibe tiene la pretensión de ser visto por otros. Así, la esfera pública pasa a ser un lugar de exposición donde la transparencia domina. Una transparencia que es, en palabras de Byun-Chul Han, «... la promiscuidad total de la mirada con lo que se ve» (Han, 2020, 32). La imagen mediática, destinada a ser expuesta, carece de complejidad; es una imagen dada, inmediata, sin pretensiones estéticas (Han, 2020, 33-36). Podríamos calificarla como una imagen ‘pornográfica’, apelando a un concepto que Han utiliza recurrentemente.

Los usuarios de Internet, además de dejar huella de sus acciones cada vez que se conectan, alimentan la red con imágenes personales, la mayoría de las veces vacías de sentido visual. Este rastro invisible va asentándose en forma de memorias virtuales individuales, de modo que dichas acciones van redactándose en código máquina, en tiempo real, en los discos duros virtuales donde se ubican las plata-

formas a las que accedemos cuando entramos en la red. Bases de datos donde se registran los lugares visitados, personas conocidas, situación sentimental, los gustos gastronómicos o de vestimenta, los movimientos bancarios, asistencia a manifestaciones o conversaciones íntimas; todo un banco de información que, usualmente, tiene fines políticos y comerciales que únicamente benefician a terceros. Opinamos, como la profesora y escritora Remedios Zafra, que ‘abandonarse a lo virtual’ supone olvidarse de cualquier riesgo o pudor ante lo que se está mirando y ante quien nos está mirando, pues con facilidad nos refugiamos en la falsa sensación de que la pantalla nos protege de lo que está al otro lado (Zafra, 2017, 136).

Queramos o no, la pantalla ejerce un control sobre nosotros. Y la imagen posee un papel esencial en ese control. Rescatamos aquí un fragmento de *Las tres eras de la imagen*, de Jose Luis Brea, donde justamente reflexiona acerca de la *e-image* y del régimen escópico de esta nueva sociedad de control digitalizada:

Disponer algo o a alguien en el lugar del objeto visto, o reservarse para sí la condición exclusiva de sujeto de la mirada [...]; regular lo que accede a ser visible o quién accede a poder verlo; determinar dónde se cortan o abren los flujos y las transferencias de imaginario en el espacio público, quién vigila o es vigilado, todo ello prefigura ciertamente movimientos, actividades y estructuras políticamente decisivos en su regulación de los actos del ver y de las arquitecturas –tanto técnicas como sociales– de la visualidad, y de ellos se siguen consecuencias directas para la propia cartografía política de nuestras sociedades de control –en las que la relación entre visualidad y poder reviste entonces la más alta importancia– (Brea, 2010, 122).

Nos hallamos, pues, en un sistema, el digital, caracterizado también por la hipervisión. Esto es, el acceso a Internet nos ha permitido multiplicar nuestra mirada y acceder al visionado de imágenes de todo tipo y a la observación de personas, lugares y cosas de todo el mundo, con independencia de su ubicación. Nos ha permitido contemplar lugares extraordinariamente lejanos en el espacio y ver de cerca elementos de la naturaleza que nuestros ojos jamás podrían apreciar a simple vista. Pero también sucede al contrario. Nosotros también somos objetos de visión. Podemos ser detectados por la miríada de cámaras que nos apuntan diariamente (desde el móvil, desde el ordenador o ubicadas en las calles) y seguidos a través de los dispositivos GPS que llevan nuestros *smartphones* y nuestros coches. Este tipo de seguimiento ya empezó a tratarse artísticamente cuando apareció la Web 2.0 en 2004. Uno de los primeros fue el artista Thorsten Knaub, quien creó el proyecto *GPS Diary*, en el que realizó gráficos de colores con el rastro de sus propios movimientos, que partían habitualmente de su casa. Lo hizo empleando un dispositivo GPS que llevó durante un año consigo siempre que realizaba sus actividades cotidianas. Esta obra, en formato de diario digital, tenía una interfaz donde los usuarios podían ver sus recorridos diarios o el conjunto de sus movimientos (figura 3). La pieza avanzaba lo que en un futuro cercano iba a suceder indefectiblemente, de forma corriente, con cualquiera que portara un *smartphone* con Google instalado y el GPS activado: el registro detallado de nuestros movimientos. Además, esta obra presenta como novedad, frente a la (ahora) recurrente temática de los recorridos en el arte contemporáneo, que cada trayecto que realizaba el artista podía ser visto





Figura 3. *GPS Diary* (Thorsten Knaub, 2004).  
Disponible en <http://www.gpsdiary.org/index.html>.

cada día por cualquier usuario anónimo de Internet desde su propia casa, sin tener la necesidad de ir a un centro de arte o a una sala de museo a contemplarla.

Como decíamos antes, vivimos en la era de la transparencia, un momento histórico en el que resulta cada vez más complicado guardar secretos (Spivack, 2013). Esta condición supone una dificultad para todos; para un simple usuario pero también para cualquier organismo, incluidos aquellos con más recursos económicos, como pueda ser una agencia gubernamental. Hoy lo que conocíamos como privacidad ha desaparecido. Hablamos ahora de *postprivacidad* también, aplicando el mismo prefijo que usáramos para referirnos al arte postdigital. La postprivacidad conlleva un tipo de transparencia parangonable a la desnudez; supone mostrarlo todo, supone una pérdida de la intimidad, pero también de seguridad (Han, 2020, 36). Ya presentía Flusser en 1985 que viviríamos en un 'hormiguero telemático' donde solo habría vacuidades llamadas 'yos' cuyas relaciones serían pura virtualidad. En el futuro que imaginaba el filósofo no existiría «ni 'afuera' ni 'adentro', ni espacio 'público' ni espacio 'privado', no podría haber política, [...] ni privatización de lo público ni publicación de lo privado» (Flusser, 2017, 167). Según sus vaticinios, tendríamos 'solamente' relaciones que nos religarían los unos con los otros mediante hilos que unirían la nada con la nada; relaciones que tendría lugar intermediadas por imágenes y que estarían soportadas por un abstracto caos computacional. Nada más lejos de la realidad.

Muchos artistas toman la problemática de la privacidad como núcleo de reflexión en sus discursos, y pretenden abordar las cuestiones que tienen que ver con el seguimiento a través de, por ejemplo, la actividad en las redes, con la IA (inteli-



Figura 4. *Tracking Transience: The Orwell Project* (Hasan Elahi, 2008).  
Disponible en [https://elahi.gmu.edu/elahi\\_sundance.php](https://elahi.gmu.edu/elahi_sundance.php).

gencia artificial) y con el uso de aparatos domésticos con IoT (Internet de las Cosas). Es por ello que algunos creadores conciben sus obras como mecanismos a través de los cuales soliviantan al observador-internauta, sembrando dudas sobre las motivaciones reales que esconden determinadas plataformas y los algoritmos que las soportan. Una obra que, a nuestro parecer, aborda el problema de la privacidad de forma especialmente incisiva es *Tracking Transience* (figura 4), de Hasan Elahi, una pieza donde el artista hace público casi todo lo que realiza en su vida. Esta obra parte, justamente, de un acontecimiento biográfico ocurrido en 2002, tras el atentado del 11 de septiembre de 2001 en Nueva York. Con motivo del envío de una pista equivocada a las autoridades policiales, Hasan fue tratado como sospechoso de tenencia de explosivos y sometido a una investigación profunda por parte del FBI. Finalmente, después de meses de interrogatorios, fue absuelto. Tras la horrible experiencia, creó esta pieza reflexionando sobre la relación entre la ubicación, la repetición, la tecnología y la vigilancia a través de los medios de comunicación. Para ello, creó una página web a la que fue subiendo imágenes de cada lugar al que iba y documentos de sus viajes (facturas de teléfono y electricidad), marcando siempre su localización en un mapa. Una actividad incesante que acumuló más de 90 000 fotografías. En un principio, este proyecto tenía como principal objetivo facilitar el trabajo de la policía proveyéndolos de la información que necesitaban, aunque estaba abierto a cualquier público que quisiera monitorear sus movimientos. Con ello el artista quiso poner el foco en cómo nos controlan desde los medios y las imágenes que generan estos canales, dotándolas de un sentido estético acorde con su función de registro.

El cuerpo y la identidad han sido, conjuntamente, uno de los grandes objetos de reflexión en el arte del siglo pasado: el cuerpo, entendido como ‘campo de batalla’ para el activismo –Bárbara Kruger–; como instrumento de experimentación en torno al concepto y los ideales de belleza –ORLAN–; como herramienta performativa a través de la cual explorar la identidad de género –Ana Mendieta–; y tantas otras formas. Preocupaciones que, en la actualidad, han tomado un carácter muy específico en el contexto de Internet y las redes sociales, pues la sobreexposición a través de ellas ha derivado en un nuevo derrotero exploratorio en torno a la virtualidad del cuerpo (entendido como imagen proyectada) y la cuestión identitaria.

En términos generales, la identidad se podría definir como el cúmulo de rasgos propios que distingue a una persona de los demás, es decir, aquello que hace a alguien ser uno mismo (Rojas de Rojas, 2004) y que se refleja en dos planos: el físico y el mental. No en vano, la identidad es también un constructo cultural y sociológico. Por ello, atendiendo a la forma en que vivimos actualmente y cómo nos relacionamos a través de las plataformas digitales, sin duda, podemos decir que están surgiendo nuevas identidades. De ahí que la cuestión identitaria sea objeto de reflexión para una multitud de artistas hoy en día. Un trabajo definitorio es el de Aziz + Cucher, quienes desarrollaron el proyecto denominado *Dystopia* (figura 5) entre 1994-1995. Una obra a través de la cual señalaban la pérdida de identidad que estaba sufriendo la sociedad y que también suponía una reflexión sobre cómo los medios de comunicación promueven el anonimato y la uniformidad de pensamiento. La obra estaba conformada por una serie de rostros sin los rasgos propios que definen a una persona. En ella las caras aparecen completamente desdibujadas: los surcos de la nariz apenas marcados, la forma de los labios completamente desaparecida, las orejas sin oquedades y los ojos cubiertos por una gruesa capa de piel.

Hoy en día no hay prácticamente nadie que, al irse a dormir por la noche y nada más levantarse por la mañana, lo primero que haga sea mirar la pantalla del móvil. El *smartphone*, el ordenador, la *tablet*, la televisión irradian imágenes constantemente. Pero estas imágenes, especialmente cuando hablamos de fotografía, rara vez trasladan con veracidad la realidad de aquello que representan. La mayoría son imágenes que han resultado ser previamente editadas con el fin de modificarlas de algún modo. El retoque de imagen, tan complejo en la fotografía analógica, ahora resulta sencillo, pues hoy tenemos a nuestro alcance infinidad de *softwares* para la edición y creación de imágenes, desde el ya consolidado Photoshop al novedoso Dall-E, fundamentado en inteligencia artificial. Incluso las aplicaciones dedicadas a otras funciones suelen insibilitar una edición mínima de la imagen, especialmente las redes sociales –como Instagram o Snapchat–. De hecho, el falseamiento de la imagen en las redes sociales es ya un hábito, particularmente cuando se trata de aparecer fotografiados. La mayoría de imágenes en red tiene algún tipo de filtro o edición aplicados por la propia persona que comparte esas instantáneas, quien lo hace con intención de estetizar la instantánea para que se ajuste a la moda del momento o para, sencillamente, mejorar el aspecto del retratado si es el caso. Una idealización que puede llevar al autoengaño y que puede tener consecuencias perjudiciales



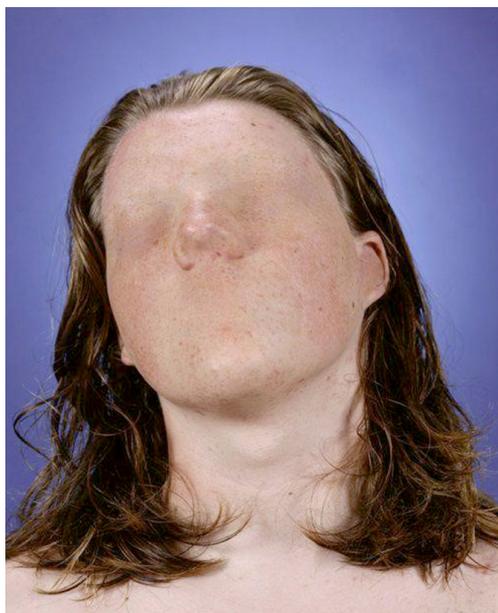


Figura 5. *Dystopia* (Aziz + Cucher, 1994-1995).  
Disponible en <https://www.azizcucher.net/work#/dystopia-1994-95/>.

para la propia persona, pues, al fin y al cabo, la modificación de la imagen original modifica también la forma en la que ese individuo se ve a sí mismo en primera instancia, lo que en ocasiones llega a desembocar en alteraciones de la propia identidad e incluso de su propio cuerpo. Ese otro 'yo' construido, esa especie de 'alterego virtual', que sociabiliza a través de una proyección deformada del 'ente original' puede llegar a suplantar al 'yo' primigenio, causando una verdadera crisis identitaria (López, 2013). En plataformas como Youtube y Tik Tok no es extraño encontrarse con personas que, diariamente, construyen nuevas narrativas de sí mismas, reformulando su identidad según la apariencia que ese día desean mostrar al resto de usuarios. Así, 'habitar' el espacio virtual ha redefinido el concepto de identidad, entendiendo esta como una tendencia a 'actuar' más que a 'ser'. De este modo, también ha cambiado radicalmente el significado de lo público y lo privado, a razón de la exposición constante de nosotros mismos y de lo que hacemos en espacios compartidos en la red (Aguilar, Said, 195). Las redes sociales, podríamos decir, constituyen un escenario virtual donde el límite de lo privado se desvanece.

En el plano virtual, nuestro 'yo' se ha convertido en el resultado del cúmulo de decisiones sobre qué publicar y qué no. Nos mostramos al mundo enseñando solo aquella faceta de nosotros que deseamos que vea el otro, sea una dimensión identitaria real o ficticia. Inicialmente las redes sociales se presentaban como espacios donde hacer de uno mismo; es decir, nos invitaban a mostrarnos a los demás tal como somos en realidad, sin tapujos. Sin embargo, los usuarios pronto se dieron





Figura 6. *Facebook Project* (Rachel Perry Welty, 2009).  
 Disponible en <https://www.rachelperrystudio.com/facebook-project>.

cuenta de que el ciberespacio social ofrecía infinitas posibilidades para la recreación del 'yo', permitiendo desdoblamientos y multiplicaciones del perfil, lo que les permitía crear personajes nuevos con nombres falsos y carismas diferentes. A través de las redes sociales es posible despegarse del cuerpo material, deshacerse de complejos o problemas físicos, y modelar una nueva personalidad que posea las características deseadas. Como ejemplo proponemos el trabajo de la artista Amalia Ulman, quien, en 2014, cuando aún la gente no era del todo consciente de lo que pasaba en la red, decidió mudar su cuerpo a Instagram, creando una falsa historia mediante *posts* donde contaba vivencias construidas. El proyecto *Excellences & Perfections* duró seis meses, durante los cuales Ulman se dedicó a subir a Instagram y Facebook imágenes estereotipadas de su cuerpo y fotografías ficcionadas que reflejaban un supuesto modo de vida (Avendaño, 2020). Su objetivo era emular la 'realidad' de las redes sociales, estetizando su propia vida mediante el uso de convenciones narrativas propias del medio virtual. El resultado fue el fruto de la interacción con otros usuarios de las mismas redes, quienes dieron por hecha la veracidad del perfil de Ulman. La obra de Ulman evidencia, a la postre, las posibilidades y los riesgos que ofrecen las redes sociales. El mundo virtual insufla un insospechado deseo de ser diferente, un anhelo por lo nuevo que va unido a las modas y que, sin embargo, finalmente desembocan en justamente lo contrario: en una suerte de igualación con el otro, quien, movido por el mismo deseo, acaba absorbido por el patrón estético imperante en ese momento. Como apunta Hito Steyerl, «... las imágenes desencadenan deseos miméticos y hacen que la gente quiera convertirse en los productos representados» (Steyerl, 2018, 170) y en las redes, las imágenes prevalecen.

En una línea de reflexión similar a Ulman encontramos la obra *Facebook Project* (figura 6), de la artista Rachel Perry Welty. Una *performance* en línea que

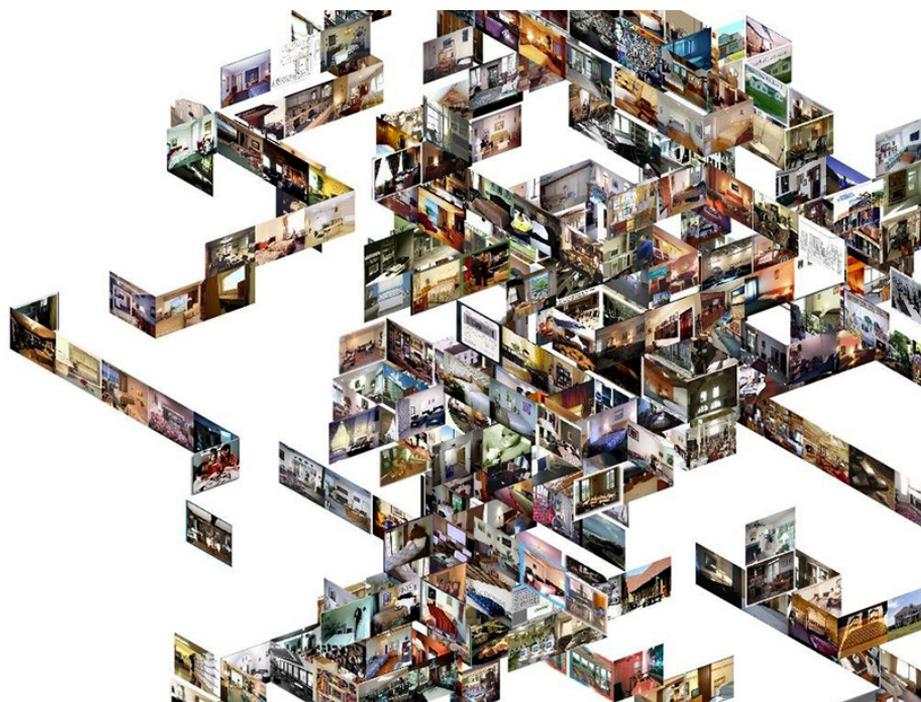


Figura 7. *Googlehouse* (Marika Dermineur y Stéphane Degouti, 2003).  
Disponible en <https://d-w.fr/en/projects/googlehouse/>.

duró varias horas durante el día del 11 de marzo de 2009, de 7:35 a.m. a 10:56 p.m. Esta pieza consistía en una interpretación de la artista a través de su cuenta de Facebook, que iniciaba con su estado 'Rachel is' (Rachel es o está). La *performance* se mostró en directo mediante un iPhone colgado en la pared de la exposición *Status Update*, en los Laboratorios Haskins de Estados Unidos. Cada sesenta segundos, la artista intentaba publicar en su cuenta, al pie de la letra, lo que estaba haciendo en ese momento, respondiendo con exactitud la pregunta que siempre aparece al acceder a Facebook: «¿Qué estás haciendo ahora mismo?». A través de esta obra interactiva Perry proponía reflexionar sobre temas profundamente relacionados con el mundo hiperconectado en el que vivimos como son el narcisismo, la identidad, el voyeurismo, la autoridad o la privacidad. De esta forma, con cada nuevo mensaje, la artista perseguía poner el foco en los procesos de construcción de identidades, subrayando la idea de la manifestación del 'yo' inmediato en red.

Asimismo, quisiéramos destacar la obra *Googlehouse* (figura 7), creada por Marika Dermineur y por Stéphane Degouti. En 2003 comenzaron a desarrollar esta propuesta artística a caballo entre el Net.art y la realidad virtual. La pieza es una recreación del plano de una casa con imágenes recogidas de Internet, con el apoyo del motor de búsqueda de Google, presentando los espacios internos (el





Figura 8. *doppelGANger.agency* (Mitra Azar, 2019-2020).  
 Disponible en <http://doppelganger.agency/>.

salón, la cocina, el comedor y el dormitorio). En ella podemos apreciar cómo, con imágenes de lugares desocupados, se puede engendrar una identidad ficcionada del hogar y de las personas que pudieran habitar en él. Curiosamente, esta obra tuvo que ser reconstruida en 2008 para adaptarse a las nuevas políticas de navegación y privacidad de Google.

Creemos relevante señalar que, a día de hoy, la IA ofrece recursos artísticos fundamentales para pensar en torno a la identidad del ser humano y la máquina. Si bien ya hay un número importante de creadores explorando esta tecnología, aún hay cierta reticencia a su uso por cuanto su empleo implica la necesidad de poseer determinados conocimientos informáticos. Sin embargo, también es posible encontrar algoritmos preentrenados y *softwares* de uso sencillo que no requieren grandes conocimientos informáticos. Como ejemplo mencionaremos el sitio web viral *This Person Does Not Exist*, parte del proyecto *This X Does Not Exist*, que genera rostros hiperrealistas de personas inexistentes nuevos cada vez que se actualiza la página gracias a un algoritmo llamado ‘red adversarial generativa’ o ‘generative adversarial network’ (GAN). Este algoritmo ha servido de inspiración para el artista Mitra Azar, quien realizó una exposición titulada *DoppelGANger*, entre 2019-2020, en el Fotomuseum de Winterthur. Para dicha exposición Azar llevó a cabo distintas intervenciones consistentes en la cuelga de carteles de personas desaparecidas, creadas con el algoritmo, en diversas ciudades del mundo, entre ellas La Habana o París. Azar actualmente está llevando a cabo el proyecto *doppelGANger.agency* (figura 8). Dicho proyecto es una empresa de carácter artístico que parte de premisa de que faltan humanos con capacidad de relacionarse emocionalmente entre ellos y con el mundo

que los rodea, debido al aumento del flujo de información y de los ‘filtros burbuja’ –filtros algorítmicos diseñados para personalizar los resultados de las búsquedas en Internet, que al final acaban por redundar en el mismo tipo de información, ideas y estéticas (Pariser, 2017)–. Este proyecto pretende que cada ser humano tenga su propio doble algorítmico. Ya existen 7000 millones de estos rostros. El objetivo de los ideadores del proyecto es crecer hasta crear un ‘doppelgänger’ por cada persona sobre la faz de la Tierra.

Finalmente quisiéramos hacer referencia al artista multidisciplinar Filip Custic, por cuanto su trabajo fusiona cuestiones relacionadas con la identidad, el cuerpo y la tecnología. En este final de 2022 el artista está participando en la exposición *Certeza* (una colectiva en torno a la noción de ‘verdad’), en la Colección SOLO en Madrid, con la obra titulada *pi(x)el*. El proyecto, de carácter performativo, se presenta como el *unboxing* de una escultura interactiva hiperrealista que toma como inspiración el cuerpo de Virgen María –el *alter ego* de María Forqué– y de un primer prototipo de *wearable*, o tecnología vestible, cuyo fin es generar un cuerpo distinto con cada combinación. Es decir, se trata de un dispositivo conectado que se puede llevar encima, cambiando el físico y, por lo tanto, la identidad, lo que facilita dejar atrás estereotipos para, en su lugar, celebrar la diversidad. En última instancia, diríamos, lo que Custic propone es una mirada más allá del aspecto corporal, una mirada que se centra en la esencia del ser.

## CONCLUSIONES

Tras nuestro análisis, podríamos concluir tres observaciones: que el uso de Internet y de las redes sociales ha cambiado radicalmente nuestra percepción de la realidad y del espacio-tiempo, que el arte se ha hecho eco de los modos en que habita la imagen en las pantallas y que las redes están propiciando la aparición de nuevas vías de creación basadas en la interacción social. Así, los artistas han tomado como medio propio el mundo digital y lo han convertido en objeto de estudio, cambiando y adaptando sus formas de crear de acuerdo a las estéticas y los lenguajes de la red para hablar en los mismos términos que sus usuarios –convertidos ya en público interactor–.

A través de los distintos ejemplos expuestos, hemos evidenciado cómo, hoy, el artista ofrece una mirada aguda y necesaria sobre las problemáticas asociadas a las redes sociales. La mirada crítica de los creadores del *social media art* empuja a reflexionar sobre la densidad de información que circula en la red, para así poder afrontar las imágenes que nos rodean en este mundo *oversharing*.

Asimismo, a nuestro parecer, dos fenómenos, combinados en mayor o menor medida, parecen ser determinantes a la hora de plantear un acercamiento crítico a la imagen en red: el tiempo y la mirada. Estos factores han afectado determinante a nuestra forma de habitar Internet. El ser humano de este siglo deambula por el mundo virtual por inercia, sin reparar en las imágenes que se suceden en la pantalla, al tiempo que transita entre múltiples perfiles de usuarios sin rumbo ni sentido. No obstante, como hemos comprobado a través de las diferentes propues-



tas postdigitales que hemos analizado, los artistas que ponen el foco en el estudio de la transformación que ha sufrido la imagen mediada por las redes sociales suelen abordar sus problemáticas desde una postura crítica. Los ejemplos que hemos propuesto se centran en dos cuestiones que hoy creemos fundamentales como objeto de reflexión: por un lado, la identidad –las redes ofrecen tantas posibilidades de ser y habitar espacios en línea como podamos imaginar– y, por otro lado, la privacidad del usuario –la cual se ve constantemente vulnerada–. Inquietudes que, no en vano, se ven respaldadas por el corpus conceptual que en la actualidad están construyendo pensadores provenientes del ámbito de la filosofía, la comunicación, la sociología y la tecnología digital, como son Byung-Chul Han, Juan Martín Prada, Remedios Zafra o Hito Steyerl, cuyas observaciones consideramos luz de guía.

## AGRADECIMIENTOS

Estudio llevado a cabo en el marco del «Proyecto *ASTER: promoting Art-Science-Technology-Engineering Research by using collaborative methodologies and tools*, Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades de la Junta de Andalucía, dentro del Programa Operativo FEDER 2014-2020. REFERENCIA: US-1381015. <https://aster.us.es/>».

RECIBIDO: octubre 2022; ACEPTADO: julio 2023



## BIBLIOGRAFÍA

- AGUILAR RODRÍGUEZ, D.E. y SAID HUNG, E. «Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook». *Revista del Instituto de Estudios en Educación Universidad del Norte*. n.º 12 (2010): 190-207 en *ResearchGate* [https://www.researchgate.net/publication/50997587\\_Identidad\\_y\\_subjetividad\\_en\\_las\\_redes\\_sociales\\_virtuales\\_caso\\_de\\_Facebook](https://www.researchgate.net/publication/50997587_Identidad_y_subjetividad_en_las_redes_sociales_virtuales_caso_de_Facebook). (Consultado el 9 de septiembre de 2022).
- AVENDAÑO SANTANA, Lynda. *Arte y copyright: del arte moderno al arte post-internet*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 2020.
- ALEXENBERG, Mel. *The Future of Art in a Postdigital Age. From Hellenistic to Hebraic Consciousness*. Chicago: The University Of Chicago Press, 2011.
- BAIGORRI-BALLARÍN, L. «Identidades robadas. Arte, apropiación y extimidad en la vida online». *Arte, Individuo y Sociedad*. n.º 3 (2019): 605-624 en *Revistas científicas complutenses* <https://revistas.ucm.es/index.php/ARIS/article/view/61417>. (Consultado el 7 de septiembre de 2022).
- BREA, Jose Luis. *Las tres eras de la imagen*. Madrid: Akal, 2016.
- CASCONE, Kim: «The Aesthetics of Failure: «Post-Digital». Tendencias in Contemporary Computer». *Computer Music Journal* (2000): en <https://direct.mit.edu/comj/issue/24/4>. (Consultado el 25 de agosto de 2022).
- DEBORD, Guy. *La sociedad del espectáculo*. Barcelona: Pre-Textos, 2015.
- FLUSSER, Vilém. *El universo de las imágenes técnicas. Elogio de la superficialidad*. Buenos Aires: Caja Negra Editora, 2017.
- Fontcuberta, Joan. *La furia de las imágenes. Notas sobre la postfotografía*. Barcelona: Galaxia sobre la postfotografía, 2016.
- GIANNETTI, Claudia. *Estética digital. Estética Digital: Sintopía del Arte, la Ciencia y la Tecnología*. Barcelona: Associació de Cultura Contemporània L'Angelot, 2002.
- HAN, Byung-Chul. *El aroma del tiempo*. Barcelona: Herder, 2015.
- HAN, Byung-Chul. *La sociedad de la transparencia*. Barcelona: Herder, 2020.
- LLAMAS UBIETO, Miriam. «Postdigital ahora». *Cuadernos del ahora*, n.º 1 (2020): en [https://eprints.ucm.es/id/eprint/61054/13/Llamas%20Ubieto.%20Postdigital%20ahora\\_Cuadernos%20del%20ahora.pdf](https://eprints.ucm.es/id/eprint/61054/13/Llamas%20Ubieto.%20Postdigital%20ahora_Cuadernos%20del%20ahora.pdf). (Consultado el 4 de septiembre de 2022).
- LÓPEZ MARTÍN, E. «Doble fotográfico e identidad virtual en la red social Facebook: su influencia en el arte contemporáneo». *ASRI-Arte y Sociedad. Revista de Investigación*. n.º 4 (2013): en *Dialnet*, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4288088>. (Consultado el 1 de septiembre de 2022).
- MARTIN PRADA, Juan. «Hacia una teoría del social media art». *Revista de Occidente*. n.º 465 (2020): 5-25 en *ResearchGate* [https://www.researchgate.net/publication/342961829\\_Hacia\\_una\\_teor%C3%ADa\\_del\\_social\\_media\\_art\\_Revista\\_de\\_Occidente](https://www.researchgate.net/publication/342961829_Hacia_una_teor%C3%ADa_del_social_media_art_Revista_de_Occidente). (Consultado el 20 de septiembre de 2022).
- MARTÍN PRADA, Juan. *Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales*. Madrid: Ediciones Akal, 2015.
- MARTÍN PRADA, Juan, «Sobre el arte PostInternet». *Revista Aureus*, n.º 3 (2017): en [https://www.juanmartinprada.net/imagenes/martin\\_prada\\_sobre\\_el\\_arte\\_postinternet.pdf](https://www.juanmartinprada.net/imagenes/martin_prada_sobre_el_arte_postinternet.pdf). (Consultado el 26 de septiembre de 2022).



- ESCAÑO GONZÁLEZ, Carlos. Hacia una educación artística 4.0. *Arte, Individuo y Sociedad*. n.º 22 (2010). <https://www.redalyc.org/pdf/5135/513551278010.pdf>. (Consultado el 23 de septiembre de 2022).
- PARISER, Eli. *Filtro Burbuja. Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos*. Barcelona: Taurus, 2017.
- SIERRA, Germán: «Post-Digitalism and Contemporary Spanish Fiction». *Hispanic Issues* (2012), <https://hdl.handle.net/11299/183214>. (Consultado el 21 de septiembre de 2022).
- SPIVACK, Nova. «The Post-Privacy World». *Wired* (2013). <https://www.wired.com/insights/2013/07/the-post-privacy-world/>. (Consultado el 9 de septiembre de 2022).
- RIFKIN, Jeremy. *La era del acceso: La revolución de la nueva economía*. Barcelona: Paidós, 2000.
- ROJAS DE ROJAS, Morelba. «Identidad y cultura». *Educere*. n.º 27 (2004). <https://www.redalyc.org/pdf/356/35602707.pdf>. (Consultado el 9 de septiembre de 2022).
- STEPHENSON, Neal. *Snow Crash*. Nueva York: Spectra, 1992.
- STEYERL, Hito. *Los condenados de la pantalla*. Buenos Aires: Caja Negra Editora, 2018.
- ZAFRA, Remedios. *El entusiasmo: Precariedad y trabajo creativo en la era digital*. Barcelona: Editorial Anagrama, 2017.

