
EL MALESTAR EN LA CULTURA (DIGITAL): IMAGEN, IMPOTENCIA Y ARCHIVO FICCIONAL

* * *

CIVILIZATION AND ITS (DIGITAL) DISCONTENTS: IMAGE, IMPOTENCE AND FICTIONAL ARCHIVE

Edgar Miguel Juárez-Salazar¹

Sección: Artículos

Recibido: 23/07/2021

Aceptado: 27/09/2021

Publicado: 20/11/2021

Resumen

El presente artículo reflexiona tres claves centrales para comprender el malestar en la cultura digital. Partiendo de una relectura de la ya clásica obra de Freud tratamos de leer la imagen y su relación con el circuito lingüístico de mercancías del capitalismo. El primero de los elementos analizados reside en la importancia que los sujetos virtuales otorgan a la imagen y cómo ésta configura administraciones psicológicas. Estas disposiciones despliegan una administración del mundo psicológico de los sujetos que es aprovechada y reproducida por las plataformas digitales. El segundo punto elucida la relación entre las imágenes y la impotencia de los sujetos supuestamente activos en las redes sociales. La impotencia es entendida como un circuito donde la imagen se intercambia con las disposiciones de la organización perceptiva del mundo digital. Finalmente, el tercero elucida las formas ficcionales de archivar la vida mediante videos, selfies e imágenes pobres en las cuales puede habitar la perpetuación de las exigencias del capitalismo y también la resistencia a los embates del big data.

Palabras Clave: macrodatos; capitalismo; deseo; goce; plataformas digitales.

¹ Profesor de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco. Correo electrónico: edgar.jusan@gmail.com ORCID: 0000-0001-6412-561X.

Abstract

This article discusses three crucial keys to understand the uneasiness in digital culture. Starting from a re-reading of Freud's classic work, we try to read the image and its relationship with the linguistic circuit of capitalist commodities. The first of these chapters, analyzes the role that virtual subjects give to the image and how it configures psychological management. These arrangements deploy an administration of the subject's psychological world that is exploited and reproduced by digital platforms. The second item elucidates the relationship between images and the impotence of subjects supposedly active in social media. Impotence is conceived as a circuit where the image is exchanged with the dispositions of the perceptual organization of the digital world. Finally, the third section explains the fictional forms of archiving life through videos, selfies and poor images in which the perpetuation of the demands of capitalism and also the resistance to the onslaught of big data can inhabit.

Key words: big data; capitalism; desire; jouissance; digital platforms.

Freud is not an old baby boomer

A finales de la década de los años veinte, Sigmund Freud (1930) había finalizado un manuscrito singular escrito por etapas. La obra completa enviada a galeras llevaba en un principio el nombre *Das Unglück in der Kultur*, algo así como “la infelicidad en la cultura”. De último momento, el fundador del psicoanálisis decidió cambiar *Unglück* por *Unbehagen* que se traduce regularmente por malestar, aunque también puede significar incomodidad, inquietud o desasosiego. De tal suerte que *El malestar en la cultura* podría traducirse también como la incomodidad, la inquietud o el desasosiego en la cultura. Este último título pareciese quizás uno de los más apropiados para definir las andanzas del sujeto actual en la cultura digital.

Partiendo de una traducción un tanto diferente aparecen dos preguntas cruciales que detonan el recorrido del presente escrito: ¿No es Freud lo suficientemente viejo para decir algo novedoso sobre la cultura digital? Y, como punto coyuntural, ¿no son las *apps*, las mensajerías instantáneas, el *social media* en general, las fuentes imperiales del desasosiego contemporáneo? La lectura de estas preguntas va más allá de un simple anacronismo o de un juicio timorato sobre los efectos de la cultura digital en las sociedades contemporáneas. Apuesta, singularmente, a presentar mecanismos digitales mediante los cuales, las redes sociales, como el soporte de imágenes e interacciones reducido a un yo digital; el *big data*, en tanto acumulación y distribución de millones de datos utilizados de modo algorítmico para conducir al yo; y las aplicaciones móviles que detentan la hiperconectividad y suministro de los datos, constituyen nuevas modalidades de inscripción de malestares subjetivos que ya habitaban en la cultura desde hace bastantes años.

El escrito de Freud es más que un pretexto para pensar el perpetuo caos de la cultura actual. Abrir nuevamente un escrito *sociológico* fechado en 1930, es aquí una provocación en tiempos de las ansias por la novedad escritural y sus constantes *updates*. Quizás hablemos aquí de un retorno constante que no cesa de manifestarse ante los nubarrones de la exigencia cultural. El verbo retornar, siguiendo esta línea, no significa necesariamente regreso o volver a un lugar o situación. Su matriz es mucho más interesante e implica también *retorcer* nuevamente algo; este es el principal motivo de escribir *hic et nunc* sobre el malestar en la cultura digital. Retorcer el análisis de la imagen, su datificación y su relación con el mundo digital desde el pensamiento freudiano para clarificar el impacto molesto, insatisfactorio e impreciso de una cultura que se supone libre-pensadora, *mentalmente* abierta, progresista y plural. Retornar a Freud es pensar con Freud y no cerrar(se) a Freud. Para ello es fundamental en este escrito explorar con Freud las diversas cuitas del malestar en la civilización. Muchos eruditos psicosociales y mentes bien pensantes sin duda alargarían aquí un: *Ok, Boomer!* a los postulados de Freud. Sin embargo, tal vez, y sólo tal vez, Freud como *pre-baby boomer*, decía en el primer tercio del siglo XX cosas que siguen

repitiéndose en nuestro mundo actual, cuestión que implica una disyunción exclusiva lógica ineludible: o Freud es insuperable o muy poco hemos progresado en cien años.

La razón primordial de esta repetición no está sólo en la pasión por la técnica en el mundo capitalista vigente, sino más bien en la estructura repetitiva de los malestares en la cultura que definen, desde nuevos dispositivos y plataformas, viejos problemas en la realidad social y política de los seres hablantes. En este tenor, el pensador esloveno Samo Tomšič (2015) alude al escrito freudiano en cuestión y sugiere que un título más exacto sería "el malestar en el capitalismo", pues esta cultura no es otra cosa que la relación entre sujetos afectados estructuralmente por las "sociedades industriales" que proyectaron un "consumismo insaciable", "crisis económicas" y, fundamentalmente, "explotación" (p.24). La técnica en la imagen, en los contornos del *big data* y las aplicaciones, puede dar fe del desasosiego estructural de modo más directo, vertiginoso, insaciable y casi perpetuo por el que el capital ha desplegado su mancha reiteradamente en los avatares culturales a nivel globalizado. Es por esto que las diferencias culturales parecen quedar, cada vez más, bajo la sombra de un hiperconsumo *neutro* y casi indiferenciado entre los sujetos en el mundo.² Debido a esta condición desplegaremos dos recorridos que están emparentados de forma consecuente. Por un lado, se planteará un análisis en torno a cierta pasión por la imagen en la cultura digital y, por el otro y como corolario, la formalización de las ficciones como un despliegue imaginario-simbólico que se almacena, distribuye y organiza en el *social media* teniendo como finalidad mostrar los modos compulsivos y repetitivos de goce por la acumulación y la auto-explotación en los confines de las imágenes pobres y el mundo del *selfie*, en tanto imagen auto-capturada, que delimita los contornos del yo en el neoliberalismo.

El recorrido del presente escrito intenta ensayar un camino alrededor de particularidades que el autor de este escrito ha podido percibir dentro de las dinámicas sociales en redes sociales. Esto, en efecto, puede alertar sobre la pertinencia metodológica del escrito. Sin embargo, la discusión alrededor de los elementos constantemente reconocibles en redes digitales da cuenta de la proliferación de mensajes comunes que pueden ser discutidos con determinadas teorías de la imagen y la articulación de éstas con las prácticas acumulativas del mundo digital. Freud, en este sentido, es un pretexto indispensable para pensar alrededor de esas dinámicas y los avatares que tiene la cultura digital contemporánea en los dispositivos sociales. Más allá de ser un tratado propio de los denominados *cultural studies*, la propuesta sitúa la pertinencia de un enramado social muy estandarizado y adaptado a las determinaciones ideológicas globales que parecen determinar gran parte del mundo digital. Quizás esta generalización ya podría alertarnos, adicionalmente, sobre la obsoleta

² Desde una perspectiva sociológica Bauman (2012) y Lipovetsky (2002) han dado fe de las implicaciones de esta pasión exacerbada por la circulación y el consumo en escenarios sumamente volátiles y frívolos.

posición de pensar el mundo fraccionado en Estados-nación. Los recortes *experienciales* que sirven para ilustrar el escrito están ceñidos a elementos que ejemplificarán las diversas lecturas realizadas en el texto utilizando a Freud para pensar algunos efectos, no como si Freud ya los hubiera previsto sino para trabajar con él y sus alcances.³

Imagen, percepción y el mundo psicologizado

La cuestión de la imagen ha permeado muchos de los estudios en las ciencias sociales y las humanidades. Sin embargo, la disciplina que quizás más puede decir al respecto, indiscutiblemente, es la lingüística. Fue Roland Barthes (1986), en *Lo obvio y lo obtuso*, quien se encargó de analizar sin presura cómo las imágenes además de comunicar, son artilugios “polisémicos” que, de “un modo subyacente a sus significantes”, producen una “cadena flotante de significados” de los cuales “el lector se permite seleccionar unos determinados e ignorar todos los demás” (p.35). La imagen es, desde siempre, un recorte con aires de completud o universalidad comunicativa. No obstante, siguiendo a Barthes, el lector de la imagen recorta y al hacerlo, la imagen es reconstruida como un fragmento que organiza diversos sentidos, los administra. El problema central de lo anterior es qué sucede con aquello que no es seleccionado y que, en efecto, sigue siendo parte de la imagen.⁴ En este punto se ponen en juego dos elementos clave: la percepción y el recorte. Nos ocuparemos primero de ellos dos. En sí mismo, el apartado pretende ser una especie de segunda introducción a todo el recorrido que realizaremos que intenta elucidar una relación específica y estructural entre la imagen y el lenguaje.

Gilbert Simondon apreció con amplia claridad los límites de los modos de percibir y los límites de aquello que era esencialmente aprehensible. En sus palabras, uno de los pilares de la percepción —además del espacio y el tiempo— es el “contexto social” que está definido, y aquí está lo verdaderamente importante, como “observaciones y comparaciones diacrónicas o sincrónicas”. Estas condiciones pueden, ulteriormente, ser sometidas a “la experiencia” (Simondon, 2012, p.307). Podríamos sostener que la percepción, en cierta medida, está manchada o impregnada de la organización simbólica y de la orientación del significante mismo en una sociedad en tanto creación simbólica. Conviene aclarar en este punto que, desde Saussure (1916), un significante no es otra cosa que

³ Hay en la literatura psicoanalítica algunas aproximaciones semejantes a las realizadas en el escrito cuando menos en su forma, véase Žižek (2002 y 2006), en donde el estilo ensayístico estriba en leer los avatares de la cultura cotidiana, mediante los diversos sesgos que en ella se elaboran e interpretan territorios opacos y, a su vez fundamentales, para pensar las representaciones culturales.

⁴ Didi-Huberman (2010) señala la problemática de la certeza en la “legibilidad” la imagen y su efecto de malestar al quedar frente a ella a partir de ciertas exigencias estéticas que en ella se condensan (pp.14-15).

una imagen acústica que consolida los registros estructurales de la experiencia humana.

Es relevante que, el mismo Simondon (2012), dé cuenta ya que la percepción del "socius" no es sólo objetiva sino también "simbólica", una institución del registro espacial y temporal que sólo puede producirse gracias a la significación (p.307). Lo anterior dilapida de manera consistente la fe obstinada en el registro empírico de la percepción visual, en tanto mero proceso psicológico básico, pues la imagen ya ha sido *afectada* estructuralmente por un registro simbólico. En los términos de Simondon (2009) tendríamos que pensar que lo que llamamos psicológicamente un individuo en el mundo, sólo puede vivirse en tanto pensamiento desde una suerte de "mundo psicológico" que no es otra cosa que creación transindividual donde su mundo psicológico aparece como una condición a posteriori de la existencia (p.355). El pensamiento, nuestra percepción psicológica, es algo más una simple aprehensión ya gestionada por el mundo consciente, un canal de distribución ideológica que debe ser articulada en las vicisitudes del "material sónico" (Voloshinov, 2009, p.53).⁵ En resumen, podríamos señalar que la cualidad lingüística de la percepción de una imagen reside precisamente en su nivel de afectación por la materialidad del signo lingüístico y más específicamente del significante y no en una mera percepción psicologizada en el sentido. Este asunto establece, gracias a la imagen acústica, que el signo no sea necesariamente un cierre último de sentido o significación, cuestión que puede echarnos encima algunas posiciones clausuradas a la significación de la lingüística en especial en el pensamiento estructuralista (Cfr. Culler, 1975).⁶

Una imagen no solamente refleja un contenido evidentemente claro sino modos de inscripción contingentes y múltiples de una realidad ideológica y simbólica que no cuadra a la perfección en la vida del sujeto. En términos más claros, no se trata de que una imagen valga más que mil palabras o que la imagen comunique sino de cómo el sujeto encuadra (o le encuadran) determinada forma de percepción a nivel psíquico, mediante un significado, para observar y desechar lo que en teoría no interesa dentro del mismo encuadre de la imagen.⁷ Pensemos

⁵ La perspectiva de Voloshinov, desde nuestra perspectiva, teje un lazo fortísimo con la perspectiva marxista y esto la posiciona de un modo crítico con el lenguaje y la ideología. Es conocida su crítica a la "hipersexualidad" de Freud, aunque quizás, en el territorio del lenguaje, ambas posiciones eran muy cercanas. Cfr. Voloshinov (2013).

⁶ El mismo Culler (2014) hace una excelsa defensa del modelo barthesiano estructuralista preocupado por el lugar del lector en la producción de signos y su apuesta por las "cualidades plurales" del signo y el escrito. Cuestión que contrarresta la pasión estética por analizar los detalles propios de las posiciones más ortodoxas en la lingüística (pp.89-90).

⁷ La denominada visión de paralaje, propuesta por el esloveno Slavoj Žižek (2006a), da cuenta de que puede observarse un "objeto" que "aparentemente se desplaza" en medio de la organización de una imagen o una secuencia filmica de imágenes, lo que permite una forma diferente de visión alejada del detalle y centrada en aquello que descoloca al espectador y a la imagen misma (p.25).

esto en un ejemplo cotidiano: cuando observamos *TikTok* o *Instagram*, la imagen propulsa un contenido ideológico que puede leerse en tanto supuesta totalidad y eso puede asumir cualquier lógica sobre la imagen que vemos, o la personalidad psicológica de quien *cuelga* el post o la imagen. Lo interesante no está en resumir la imagen a lo ideológico o a la personalidad individual de quien postea cualquier frivolidad en estas redes. Por el contrario, debemos mirar en el soporte estructural que nos hace desechar lo que no sería relevante dentro de la imagen misma. Aún más, al mirar, por ejemplo, cualquier imagen de un sujeto cualquiera en una alberca con una vista pletórica del mar, aceptamos una supuesta totalidad que nos haría pensar treinta mil cosas ordenadas alrededor de la imagen, y si esto es posible, es debido a que nuestro psiquismo ya está medido en las mismas claves de lo observado. Es decir, hay una estructura organizada que establece los límites del sistema simbólico de la cultura.

Más allá de la llamada hipertextualidad que ronda las aplicaciones y el mundo digital, el atolladero de la estructura es también el artefacto que delimita una neutralidad vía el significado en la *res cogitans*. El mundo psicológico, además de estar completamente ideologizado, necesita modos de reproducción de las dinámicas explotadoras y esto debe hacerse intentando domeñar desde la estructura toda posibilidad de desequilibrio en el sistema simbólico. Cuando algo desequilibra el modo de circulación normalizado de la significación, resulta indispensable generar diques, establecer puentes, asertividades y mandatos idílicos para que el yo pueda *navegar* en los límites impuestos de su estructura simbólica. Si pensamos que desde el descubrimiento de las pulsiones inconscientes hay una resistencia negativa a la organización positiva del mundo, entonces es plausible definir que la imagen entregada a la circulación dentro de las claves del goce, hace de los sujetos algo más que autómatas y consumistas: genera estabildades y exigencias gozantes.⁸

Estas exigencias dadas por la ordenanza del sistema simbólico de la cultura se convierten en modos perpetuos de hacer productivo y acumulador el trabajo de lo inconsciente. Freud (1930) en *El malestar en la cultura* vaticinaba que “el hombre se ha convertido en una suerte de dios prótesis, por así decir, verdaderamente grandioso cuando se coloca todos sus órganos auxiliares; pero estos no se han integrado con él, y en ocasiones le dan todavía mucho trabajo” (p.90). Nuestras prótesis, nuestros dispositivos tan inteligentes, no es que se integren con nosotros, sino que actualmente producen sus propias claves de significación, su propia lengua para definir nuestra realidad. Quizás la prótesis más certera sea la *tecnociencia* que hace que nuestro lenguaje quede definido en el principio de realidad que ella establece y por la cual los sujetos modifican, piensan, construyen y difunden su parcializada lectura del mundo.

⁸ Para Lacan, el concepto goce está producido en el campo del significante, en lo que denomina gran Otro que funciona estructuralmente como un ente autónomo. El goce es una renuncia que produce un excedente simbólico que Lacan (1968) posiciona homológicamente con la plusvalía de Marx. De ahí la necesidad de la circulación.

En este sentido, la psicología y las formas de psicologización establecen también las formas de *habitar* el mundo respondiendo a los estándares tecnológicos y científicos. Partiendo de un estándar de *buenas prácticas* y de promesas de la felicidad a toda costa, el *complejo psi* ha diseñado dinámicas repetitivas de la neutralidad y la impotencia por las que Freud puede ayudar a pensar en la regulación del deseo de los sujetos en el mundo actual.⁹ La medida del malestar en la cultura en los medios digitales habita ordenando el deseo y el placer, lo trágico y lo ambiguo, lo siniestro y lo impredecible para fijar como meta un goce absoluto, un "goce supremo" que habita en la "soberana felicidad" semejante al del dios aristotélico (Aristóteles, 1875).

Este goce que, mediante las imágenes es sustancialmente discursivo, modifica la política de las imágenes en redes sociales.¹⁰ El sujeto cree domeñar todo aquello que atraviesa las directrices del sentido y, como efecto lógico, se supone poder y tiranía. Como muestra Sadin (2018), "el posteo de imágenes en las redes sociales" además de "halagar el ego" hacen que el sujeto "refuerce la sensación de ser continuamente dueño de la propia vida" (p.234). Lamentablemente, la "microtiranía" usando los términos de Sadin, es una vana e incisiva ilusión como la de cualquier dios. Esta inversión del régimen tiránico, ahora dependiente de micro sujetos posteando imágenes, no es otra cosa que la demanda de la estructura del sistema simbólico en los sujetos. El deseo se convierte en voluntad y por ello deja de ser negativo, afrentador, inquietante y dislocante de la realidad. La voluntad tiránica es la administración del goce y sus excesos en aras de la supuesta libertad de expresión.

Las imágenes convertidas en datos y analizadas con algoritmos responden a una continuación del psiquismo normalizado y centrado en el yo. La microtiranía del yo y su voluntad, pretendidamente autónoma, reproducen la supuesta estabilidad de la instancia psíquica del yo. El capitalismo de plataformas es perfectamente consciente de ello y, en la contemporánea apuesta por la técnica, la información ceñida al entendimiento de un mensaje es estéril como cualquier análisis de la conducta. Barbara Cassin (2014) recuerda que "la noción contemporánea de información tiene por horizonte explícito un conductismo apoyado en el *feed-back*" (p.76) y no la lectura de un aparato psíquico como en los referentes freudianos. La voluntad de la conducta tiránica es, desde lo anterior, un señuelo que reconforta al yo que intenta perpetuamente gobernarse buscando la felicidad.

Freud señaló repetidamente que el yo no es *amo* en su propia casa. Los yoes reproducidos en las imágenes digitales confirman que no habría una posesión

⁹ Sara Ahmed (2015) define que las emociones se han "psicologizado" y por ello el sujeto *psi* supone controlar desde su interior su emocionalidad, aunque esta provenga de "lógicas sociales y culturales" (p.32).

¹⁰ Esta política de las imágenes es en estricto sentido una política económica centrada en la circulación de los signos de modo cercano a la idea de Baudrillard (1982) sobre las relaciones económicas que están desplazándose en la cultura.

última de la imagen del yo colocada en redes. Tal vez habrá que pensar en las imágenes circulando como nuevas adaptaciones del yo al capital y el surgimiento de malestares estructurales que pretendidamente pueden ser evitados por la confianza ciega en la autonomía del yo. Dicho todo lo anterior, vemos que la reproducción del mundo psicológico en la cibercultura, estas nuevas formas de comunicación mediante las plataformas digitales pre-configuradas con un psiquismo arquetípico,¹¹ aumenta el nivel de exigencia cultural que, cuando menos en la azarosidad de la vida cotidiana de Freud, no era tan severo.

El imperio de las imágenes y su relación con la impotencia

Observamos cierta totalidad en la imagen que descarta posibilidades contingentes de la vida del sujeto, pues nuestra percepción es llevada a la cerrazón del sentido. Desde nuestro punto de vista, esta es una de las cuestiones más relevantes de la propulsión de las imágenes en las redes sociales: hacer circular las imágenes apostando a un cierre de sentido mercantilizable. Poco importa si amamos, odiamos, detestamos, vanagloriamos o criticamos lo que observamos en las redes; todo nos vuelve a conducir a una organización psíquica, estructuralmente ya determinada previamente, que se perpetúa en las imágenes y es por ello que gozamos, en el sentido lacaniano, del escroleo *ad finitum* del sentido. Es en el *zapping posmoderno* en donde la atención específica sobre la imagen queda sometida a aquello que cierra y clausura nuestras interpretaciones al momento de fijar nuestra atención. Siguiendo a Merleau-Ponty (1945), "la atención no es ni una asociación de imágenes, ni un retorno hacia sí de un pensamiento que ya es maestro de sus objetos, sino la constitución activa de un objeto nuevo que explicita y tematiza lo que hasta entonces solamente se ofrecía a título de horizonte indeterminado" (p.52).

En este último punto, la atención es el primer encuentro de recorte sobre la imagen. No recortamos la imagen a placer o por un simple encanto o un displacer convertido en píxeles. En el momento de mirar la imagen, el sujeto que escrolea despliega la delimitación simbólica previa y alienada de su psiquismo y con ello habita una ilusión individualizada de que puede pensar, juzgar, criticar e incidir mediante una publicación y generando comentarios. Como señala el esloveno Slavoj Žižek (2013), "la mirada denota al mismo tiempo poder (nos permite ejercer control sobre la situación, ocupar la posición de amo) e impotencia (como portadores de una mirada estamos reducidos al papel de testigos pasivos [...]). La mirada es una encarnación perfecta del 'amo impotente'" (p.125).

¹¹ Jan de Vos (2013) habla de una pre-configuración subjetiva bien delimitada del yo en el mundo digital que utiliza la alimentación algorítmica y no de multiplicidad de subjetividades en red. Es por esto que es agudizada la psicologización, es decir, el proceso en el que ciertas psicologías específicas se alojan en el entendimiento colectivo del sujeto, su entorno y su representación y reproducen una psicología específica en el sujeto.

Algunos *momazos* de la *old school* dan cuenta de manera muy singular de estas posiciones, por ejemplo, la conocida y ya *clásica* figura de *Hide The Pain Harold* que, pese a la ironía y demás astucias, sufre y controla su realidad:

Figura 1

Hide the pain Harold



Nota. Este meme, ampliamente viralizado, proyecta la sonrisa angustiante de Harold y ha tenido un sin fin de adecuaciones. Tomado de Plumitas atómicas, 2019 (<https://t.ly/qEc7>).

O la ilusión de control petulante de la vida mediante las metáforas cibernéticas donde el sujeto supone controlar la vida mediante su cercana e íntima relación con los dispositivos digitales como sucede con *Friki Face*.

67

Figura 2

Meme elaborado desde la base de Friki Face



Nota. Esta adaptación de un meme muestra los arriesgados límites en la vida digital. Tomado de Frikiner, 2021 (<https://t.ly/o5OC>).

Llevando lo anterior a los términos de Jacques Lacan podemos elucidar que la mirada está esencial y perpetuamente destinada a ser un intento de control sobre los recortes que constituyen una totalidad imaginaria. En este punto lo imaginario hace referencia estrictamente a una condición de imagen y no de algo solamente

ilusorio sino virtual. Esta virtualidad alienadora de la imagen, es la que permite reconocer “el umbral del mundo de lo visible” que da forma al yo (*moi*) y que edifica las más diversas e incluso disparatadas construcciones de la realidad (Lacan, 1949, pp.100-101). El individuo construye con la mirada una representación virtual que lo conmina a intentar controlar y definir el mundo desde una percepción ya hecha de palabras y lienzos visuales. Incluso, aunque este ser no pueda hablar, muchos videos en *TikTok* carecen de palabra hablada y se centran exclusivamente en el movimiento. Es por esto que el sujeto que escrolea, produce o navega entre las imágenes, tal vez puede suponer que su opinión, posicionamiento o crítica, puede ser profundamente relevante. Sin duda lo es, pero en los límites de la propia ficción de su yo *interactivo* que desecha otras posibilidades simbólicas dispuestas en las imágenes.

Estos dos últimos párrafos hablan de una característica fundamental producida en el imperio de la imagen: la impotencia. A primera vista, los recortes de sentido producidos en las imágenes cuando se escrolea podrían remitirnos, como vimos, al viejo término del *zapping ad finitum* y sus avatares en las supuestamente sociedades cansadas (Han, 2015). Sin embargo, quizás las cosas sean políticamente más entretenidas. La cuestión de la impotencia no está relacionada aquí con no poder responder ante una situación y tampoco refiere una pasividad. Por el contrario, el sujeto impotente, en el territorio de la cultura, es un sujeto particularmente activo. Si bien podríamos hablar del conocido término acuñado por Robert Pfaller (2014) de interpasividad en la relación con los objetos, nuestra propuesta opta por recuperar el sentido de la reproducción sociocultural del sujeto activo-impotente debido a que esta posición de sujeto (entendido como pura escisión del significante para Lacan) responde a las exigencias de un sistema simbólico diversificado, amplio, tolerante y consecuente con el espectador.

Siguiendo a Lacan podemos sugerir que el sujeto “piensa”, “calcula” y “goza” de su realidad mediante el sistema simbólico de la cultura (el Otro con mayúscula), el tesoro de los significantes como él lo denominó. Lo interesante es que ese *uso ficcional*: pensar, calcular y gozar, hace que el mundo circundante quede remitido a “la función imaginaria que encarna la impotencia”. La impotencia puede ser muy activa, poderosa, críticamente pensante, pero está por lo menos, hasta antes del último minuto de la *interacción* entre imágenes, anudada en la limitada significación del significante y hace que el soporte del fantasma (condición ideológica productora de sentido) haga una rearticulación y apropiación constantes de esta condición azarosa y enigmática del significante (Lacan, 1971, p.239). Mediante el fantasma, ese soporte exterior, social, fantasioso y no necesariamente ilusorio por el que el sujeto cree comunicarse y tejer relación con su semejante, queda tejida una dinámica política e ideológica por la que, cuando escroleamos, ya no solamente recortamos *psíquicamente* la imagen, sino reproducimos el mandato específico de la cultura a gozar de modos determinados y limitados, un goce *ad finitum*. El sujeto nada en la impotencia,

pues en las imágenes, además de la ideología, ha reproducido algo más que un mecanismo de consumo un exceso de goce (plus de goce) paralizante.

La relación entre la imagen y el escoleo parece algo más complejo que simplemente asumir que al observar *YouTube*, *Instagram* o *TikTok* el sujeto sea presa y contribuyente del consumo visual en masa. Para describirlo de una mejor manera, existe a nivel de la estructura simbólica una distribución de valores, en el sentido económico y político del término. Estructuralmente hablando, el sujeto impotente supone fantasmáticamente *estar activo* en redes. Su relación además de ser *vouyerista*, o incluso pasiva-activa al dedicarse solamente a observar lo que otros postean, genera una movilización de datos y también de pasiones administradas como valor. En este punto, el término goce no debe leerse sólo como usufructo de algo, sino como una relación particular del sujeto con el saber. El saber, del mismo modo es, en términos lacanianos, una relación estrictamente discursiva entre significantes y no un conocimiento que implicaría sólo la aprehensión de un sujeto con los objetos en su delimitación de la experiencia.

Los significantes en el sistema simbólico de la cultura toman el lugar de un valor.¹² Es por esto que pueden administrarse y hacerse circular como saberes que producen seres gozantes, hay una economía libidinal porque hay una economía política (Véase McGowan, 2004; Dahmer, 1973; Lyotard, 1974 y Tomšič, 2019). Cuando nos vinculamos mediante el fantasma con los dispositivos tecnológicos encontramos también un modo gozante y repetitivo por el cual los valores discurren en un circuito cerrado, un *ad finitum* del goce. Es allí donde adviene la impotencia incisiva del sujeto conminado a la verdad recortada por el saber que reproduce los modos del capitalismo gozante y evanescente.¹³ Cuando miramos la economía de las imágenes observamos, además del montaje de una sociedad del espectáculo mercantilizado, una compulsión exteriorizada por repetir los mismos márgenes de sentido en la vida digital común. La impotencia del sujeto *scroller* y el fisgón, se focaliza en expresarse y lo hará por siempre, con mucha o poca brillantez, pero en última instancia tanto el erudito como el torpe, el holgazán como el proactivo, el *influencer* como el contumaz siguen el mismo mandato impositivo del saber y el goce mediante el comercio de las imágenes.

No sería descabellado suponer, desde esto último, que la cansada proliferación de *matches*, secuencias, *stories* y demás producciones en la vida digital tengan administradas a tantas personas que hacen lo mismo una y otra

¹² Freud (1930) habla justamente de una "economía de la felicidad" al mencionar la relación entre la técnica y el progreso humano haciendo alusión a la comunicación telefónica a largas distancias. Al criticar dicha economía desde su ilustrado pesimismo refiere que todas las "satisfacciones" del progreso encuentran un "gocce" en el "contento barato" (p.87).

¹³ Bandinelli y Bandinelli (2021) encuentran, a partir de su análisis sobre las relaciones en las apps de citas, por ejemplo, que "la dinámica repetitiva de deslizar y hacer coincidir replica la lógica de acumulación del capitalismo y su promesa siempre renovada de satisfacción total a través del consumo de mercancías" (p.192).

vez. El significado del *hashtag* es el modo más específico del recorte sobre la imagen, pues congrega conglomerados de estas en la misma clave en donde parece perderse el sentido polisémico de la imagen en cuanto tal. Y este recorte, desde cierta óptica, es sustancialmente político debido a una externalización que habita en el psiquismo del sujeto como veremos más adelante. Evidentemente, todo esto no es ninguna novedad ya que Guy Debord (1967), en su conocido libro *La sociedad del espectáculo*, escribió puntualmente: "la alienación del espectador a favor del objeto contemplado (que es el resultado de su propia actividad inconsciente) se expresa de este modo: "cuanto más contempla menos vive; cuanto más acepta reconocerse en las imágenes dominantes de la necesidad, menos comprende su existencia y su propio deseo. La exterioridad del espectáculo en relación con el hombre activo se hace manifiesta en el hecho de que sus propios gestos dejan de ser suyos, para convertirse en los gestos de otro que los representa para él" (p.49).

Debord hace con lo anterior, una alegoría futura y puntual de aquello del deseo, que termina siendo pura repetitividad y compulsión en la reproducción de las imágenes. El sujeto es y supone vivir desde esas imágenes que escrolea y produce en su política de la impotencia. Incluso si continuamente lanza eslóganes de transformación y cambio social. Aunque estos usos *revolucionarios* pueden tener algunas transformaciones o efectos inmediatos en las sociedades; lo cierto es que llevan en el fondo un sinfín de otras formas de economía libidinal como el odio, el resentimiento, la moralidad, la cerrazón y, puntualmente, la definición clausurada del sujeto político de completud, vía la identidad, en un sólo modo de significación.¹⁴

En paralelo, Lacan (1968) observó cuidadosamente la homología entre el plus-de-goce, un exceso de goce ubicado de manera forzada en un objeto empírico y la plusvalía marxiana. Esta homología estructural sirve también para comprender el uso de las imágenes más allá de la circulación evidente de la riqueza del capital. En el régimen dictatorial de la imagen, el capitalismo ha encontrado no sólo un receptáculo idóneo para la circulación de las mercancías y un *modo de lectura* mediante las lógicas algorítmicas. El funesto capitalismo explota también estructuralmente los recuerdos, las ilusiones, los imaginarios, las prácticas sociales y cualquier otra cosa susceptible de ser encuadrada en una imagen en tanto objeto circulante. El malestar de la cultura está estructuralmente constreñido en las formas de circulación de las imágenes acústicas, en tanto que es un circuito que captura e incita la compulsión a la repetitividad del significado.

La política de las imágenes ha consistido en explotar la impotencia del sujeto virtual, el fisgón y el hiperactivo, perpetuando una reproducción de la estabilidad gozante mediante los objetos significados. El sujeto se ve conminado a producir imágenes que se conviertan en sí mismas en objetos de circulación de la

¹⁴ Para agudizar estas críticas véase sobre la utilidad económica de la protesta Heat y Potter (2005); en torno a la postcensura y las lógicas morales del control en la *social media* véase Soto Ivars (2017 y 2017a) y sobre la identidad Bernabé (2018).

economía política (sujetos auto explotándose y reconociendo regocijo en su explotación) y libidinal (placer de exhibición, displacer por no recibir los suficientes *likes* o viceversa, etc.). Es sumamente curioso en este punto que Freud, en *El malestar en la cultura*, al hablar de la belleza trace una relación particular con la economía libidinal en torno nuevamente a la felicidad. Para Freud (1930), "el carácter de la belleza parece adherir a ciertos caracteres secundarios" (p.83). Son esas formas ulteriores las que están ligadas a una economía libidinal, a una circulación de los afectos y a la búsqueda de una *ganancia* placer si se quiere.

Freud advierte también que ni la ganancia de placer ni la evitación del displacer se corresponden con la "exigencia irrealizable" de ser felices. Pero aún hay algo más curioso en este asunto, Freud (1930) encuentra un punto intermedio entre las disposiciones económicas y políticas mediante el empuje hacia la satisfacción. Esto podría hacernos pensar que, por una parte, la posición del individuo "erótico" y de "autosuficiencia narcisista", que dicho sea de paso es como suele definirse errónea y psicológicamente a los usuarios de *Instagram* o *TikTok*, y los "hombres de acción" que prueban su "fuerza" de manera exterior entregándose a las pulsiones sin el límite de la cultura. En medio de estos dos actores, Freud sitúa a quienes intentan regularse con la cultura y evitar cierto displacer generado por la pulsión no sometida a la cultura como individuos intermedios, impotentes si se quiere, y donde podemos ubicar a los usuarios de las redes mencionadas; los cuales están entregados a "la insuficiencia *técnica* de la vida elegida con exclusividad" (p.83). Las cursivas que son nuestras, reflejan que la cuestión del desarrollo de una vida entregada a la vida digital no es más que una técnica entre otras por las que el sujeto busca la felicidad o la evitación del displacer, quizás acumulando fotos, *stories* o videos en *TikTok*. Por si fuera poco, el *vetusto, anacrónico, individualista y superado* escrito freudiano hace una puntualización trascendental adicional en la misma página y sobre el mismo asunto. Freud vincula al "comerciante precavido" que "evita invertir todo su capital en un solo lugar" con "el *saber* (Freud usa el término sabiduría) de la vida" el cual "aconseja no esperar toda satisfacción de una aspiración única" manifestando además que "el éxito nunca es seguro" (Freud, 1930, p.83).

¿No es sorprendente que Freud haga una comparación tan singular sobre la relación entre belleza, placer y economía? Veamos más detenidamente y con algunos ejemplos esta situación planteada por Freud para contrastarla. En principio debemos evitar toda reducción *yoica* sobre lo que Freud está trazando. Es impensable que partiendo de la aleatoriedad del yo y sus convulsiones anti-homeostáticas el médico vienés hiciera una reducción tan simplista. Este planteamiento bien puede ser leído como una crítica, en el más duro y puntual sentido del término, a las formas en que el sujeto impotente contemporáneo exige y habita una compulsión repetitiva a garantizarse el éxito a partir de la imagen en un mercado capitalista de la circulación de goce. El sujeto que se entrega a la circulación de la economía libidinal, que se produce en los límites del placer, es semejante a un sujeto mercancía que simplemente tiene que ficcionar

sus ocupaciones en las claves que el sistema económico configura. Para decirlo nuevamente, no habitamos una sociedad del cansancio sino una sociedad impotente, en donde la simulación del cansancio y de la actividad muestran las claves gozantes de una economía libidinal incisiva en la producción. Un claro ejemplo de esta impotencia subjetiva, es el reclamo realizado por el *friki* de las historietas en *Los Simpsons* cuando, en medio de una visita a una página pornográfica, menciona: ¡Rápido, soy un hombre ocupado! Y en la imagen observamos esto:

Figura 3

Jeff Albertson en *Los Simpsons*



Nota. Albertson refleja la exigencia por la premura digital incluso aunque no exista ninguna prisa por realizar algo. Adaptado de YouTube, 2013 (<https://t.ly/9UA7>).

¿No es acaso esta la más clara paradoja entre la explotación consensuada y la autoexigencia acelerada del sistema simbólico ansioso de novedades? La impotencia del sujeto queda articulada a simular de modo ficcional su placer y su displacer (Cfr. Williams y Srnicek, 2014). Esperar a que *cargue* una imagen hoy en día es el reflejo evidente no sólo de una sociedad acelerada sino de una sociedad que ficciona su aceleración en la medida que ha impuesto el sistema cultural del capitalismo. Si usted piensa que esto es sólo una tira cómica, conviene acordarnos ineludiblemente en la gente que *pierde la cabeza* cuando falla su conexión a internet. Si quiere sorprenderse aún más, el episodio *The Computer Wore Menace Shoes* de *Los Simpsons*, al que hacemos alusión, fue transmitido los primeros días de diciembre del año 2000. Tal vez podríamos decir que ese *friki* como modelo *indeseable* planteado por los personajes amarillos se parece cada vez más a cada uno de los sujetos que habitamos la *cibercultura*, aunque con una estética más afinada. En este sentido, Franco "Bifo" Berardi (2019) muestra, muy atinada y ulteriormente, que "la estetización de la cultura contemporánea puede ser leída como un síntoma y una metáfora de la frigidez: la huida incesante de un objeto de deseo a otro, la sobrecarga de estimulación estética" que hacen de la

inmediatez, la premura y la exigencia frívola, las medidas del espectáculo digital (p.64).

Estas referencias al modo de circulación impotente de la vida ante las pantallas, ponen de manifiesto los modos en los que el sujeto parece eludir el malestar constitutivo de habitar en la cultura. Hay un desasosiego modulado en presuponer que la existencia remite necesariamente a la pantalla y a las directrices de la misma. Desde luego el problema no son las pantallas ni los dispositivos en sí, sino la reproducción de una compulsión repetitiva en los modos de goce de la realidad virtual. La cibercultura que es habitada en las imágenes produce, además de modos pragmáticos e incluso cómodos de vida, una perpetuidad estructural extractivista del trabajo pasivo del sujeto en internet debido a la circulación de datos y también a la exigencia del capital que hace de la crisis y la inestabilidad un negocio redituable perpetuado en la imagen digital como el mítico objeto causa de deseo lacaniano. Como observa Chiara Bottici (2014), "las imágenes virtuales no son sólo productos que se pueden reproducir a nivel industrial. Se han convertido en procesos continuos que requieren un mantenimiento constante. Como consecuencia, no solo se ha perdido su autenticidad, sino que se ha desvanecido la posibilidad misma de determinar su estatus como real o irreal" (p.118). Estas palabras de Bottici tal vez logren resumirse en la siguiente imagen recuperada de *Instagram*:

Figura 4

Meme sobre los posts de Instagram y la realidad



Nota. El meme refleja la paradoja de tomar como real algo que es posteado en Instagram. Tomado de Instagram, 2021 (<https://t.ly/BPsg>).

La traducción podría leerse como: "¡Deja de tomarte las publicaciones de *Instagram* como algo personal! Nada aquí es real. Mira a este pollo es más grande que el carro". Si lo personal es político, como nos ha mostrado la conocida sentencia feminista de Kate Millet, entonces la política de *Instagram* es una

política de la ficción utilitaria a la que debería sumarse una desidentificación de esas atribuciones mercantilizadas que se repiten constantemente en redes. Es allí en donde la imagen es soberana de la ficción forzada para habitar digitalmente el mundo. La impotencia relacionada a la imagen es un referente producido por el cierre del sentido, la repetitividad y la condena al goce excesivo de la circulación monetizada de imágenes.

Archivar: entre *selfies* e imágenes pobres

Es 25 de diciembre de 2019. Estoy sentado con una ligera resaca en la sala de la casa de mis abuelos paternos platicando en familia. En medio de esas conversaciones que exigen interacción, mis padres recordaron que cuando yo no era siquiera una partícula con algo de movilidad en el dispositivo reproductor biológico celular de mi padre fueron a un concierto. El evento ocurrió allá en la surrealista y conservadora Morelia. En ese recital, mis padres disfrutaron de la voz de Marco Antonio Solís y su *garage band*.¹⁵ Se trataba de un grupo musical que habría cobrado reciente popularidad en la década de los ochenta. Lo singular aquí no es la curiosa rememoración, sino el gesto de *buen hijo* por tratar de encontrar alguna imagen de aquellos sucesos. En esa reunión familiar saqué mi *flamante* iPhone 6 en tiempos de iPhone X o posteriores, no recuerdo en que numerología mítica nos encontramos, y busqué videos de *Los Bukis* en *YouTube*. Las respuestas fueron azarosas, iban desde videos en *High Definition* de Marco Antonio Solís hasta, los que buscaba, videos *low quality* de sus presentaciones con el citado grupo. Fue allí donde mis padres encontraron su ¿anecdótica? imagen reproducida en una pantalla con resolución 4K.

Abriendo el hipervínculo a pie de página¹⁶ se puede visualizar una introducción *moderna*. Y después de eso, la cosa cambia drásticamente. Las imágenes son abominablemente oscuras, poco claras. A causa de esto, mis progenitores se muestran dubitativos, no están del todo seguros de haber estado allí. Finalmente, después de algunos minutos, mis padres adecuaron su recuerdo a la validez inexpugnable de las imágenes pobres del video en cuestión y afirmaron certeramente que estuvieron en esa *tocada*. Esta transformación del recuerdo y el sometimiento de la memoria por el cual mis padres fueron embaucados me hizo pensar en la circulación del psiquismo y la memoria en la adecuación a un saber desde la imagen desplegada por ese y otros videos.¹⁷

¹⁵ Para los foráneos o eruditos, si es el caso, el personaje citado es un cantautor de música regional y popular mexicano oriundo de Michoacán.

¹⁶ Video disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=bPIq6VMifZg>

¹⁷ Burgess y Green (2009) mencionan incluso que “es posible agotar la propia capacidad de nostalgia antes que agotar las posibilidades del material *vintage* disponible ya en *YouTube*” (pp.87-88).

En su *Antropología de la imagen*, Hans Belting (2007) refiere que “la diferencia entre imagen y medio de la imagen” reside en dos dimensiones. Mientras “la imagen siempre tiene una cualidad mental”, el “medio de la imagen tiene una cualidad material” (p.39). Esta distinción resulta fundamental para desplegar el presente apartado sobre la constitución del medio en donde se despliega la imagen. En todo el escrito he delimitado la exploración a *Instagram*, *Facebook*, *Youtube* e incluso *TikTok*. Si bien no son las únicas plataformas en donde la imagen se extiende y bifurca, es indiscutible que son las que más utilizan las imágenes ya sea fijas o en movimiento como el *leitmotiv* nodal de su base digital. En estas plataformas existen modos de reproducción de la imagen; sin embargo, en medio de ellas hay sutiles pero muy precisas precisiones archivísticas, aunque todas conlleven la misma mercantilización de la imagen.

Proponemos primeramente leer estas plataformas como modalidades contemporáneas de archivo. Además de almacenar lo que supuestamente somos, las plataformas de imágenes definen el modo de recordar lo que para ellas resulta más importante en su precargado yo. Esta cuestión no es algo menor pues el *valor* de una foto no reside solamente en las cosas que ésta nos haga recordar sino en su circulación en el sistema cultural del *big data*. Sin embargo, estos modos de circulación no son en absoluto novedosos. Reproducen estructuralmente lo que Marx (1867) mostró en torno a la circulación de las mercancías e incluso a la mistificación de éstas. Es decir, el *big data* funciona por la circulación como el sistema económico capitalista, ambos están hechos de significantes y significados. Podríamos señalar, de hecho, que el uso del *big data* refleja el refinamiento y actualización constante del sistema económico mediante signos. Lo verdaderamente interesante en este punto va más allá no sólo de la mera fascinación por la circulación de los recuerdos, sino de la construcción relativamente autónoma de estas plataformas para construir *modalidades* del recuerdo.

Las formas del recuerdo, además de otorgarle el reinado a la maestra significación del mundo mediante imágenes, reproducen, nuevamente, modos estériles e impotentes para poder siquiera recordar cualquier cuestión aleatoria. Las palabras de un amigo al cuestionarle por qué subían tantas fotos a Facebook durante un viaje que realizamos, pueden resumir mejor esta idea: *subo las fotos para que en unos años Facebook me recuerde dónde estaba y qué hacía*. Además de recordarnos nuevamente la interpasividad y el delegar elucidado por Pfaller, hay algo que parece quedar intacto en la lectura crítica de esta inocente práctica. A saber, *Facebook* en este caso ya ha garantizado la circulación de nuestro archivo memorístico y su explotación. Su política explota el futuro y nosotros no sólo le ayudamos, sino que parecemos ser la parte omitida en el recuerdo, pues el algoritmo borra al sujeto para elevar el valor de éste —en *likes* como moneda de cambio— a la intempestiva perpetuidad de la circulación de los valores.

¿Somos ahora nuestros recuerdos o la circulación de los datos que provocan recuerdos? Jacques Derrida (1997) ya nos ha otorgado una pista fundamental al

recuperar el concepto de *arkheîon* que puede representar “arca o templo” y que sustancialmente hace alusión a un lugar de resguardo “exterior” en donde aparecen “las marcas ritualizadas sobre el cuerpo propio” (p.53). El principio arcóntico del resguardo es potencialmente movilizador del recuerdo y, paralelamente, anida allí en donde las imágenes garantizarán un usufructo. *Facebook*, *Instagram* o *YouTube* son las arcas digitalizadas en las que se resguarda la riqueza producida por la circulación de las imágenes. Su circulación remite en nuestros días, a la transformación programada y rentabilizada del recuerdo. Recordamos ahora nuestra propia circulación mediatizada en las claves de la imagen y, con ello, el principio arcóntico sobre el recuerdo ha pasado de sólo resguardar a producir una mistificación de la experiencia con el señuelo de lo anecdótico. El arcóntico *big data*, el principio de cuidado y control sobre los archivos auspiciado en las plataformas digitales constituye, con lo anterior, una extensión protésica del recuerdo movilizado en las claves de la mercantilización y la novedad de la calidad en las formas de la imagen.¹⁸

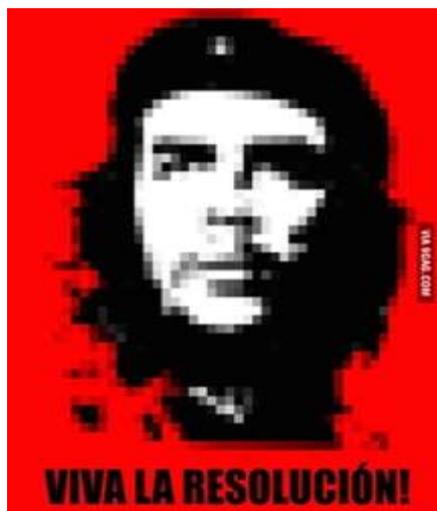
Pero existe aquí otro punto cardinal que hace insistir en la cuestión mercantilista de las imágenes y el recuerdo. No sólo somos producidos y adecuados al recuerdo como en el singular caso presentado en el inicio del apartado. Nos consagramos, por si fuera poca cosa, a cierta pasión por la calidad del recuerdo. Poco vale en nuestros días el recuerdo oscuro o *pixeleado*, con baja resolución. La cultura siempre ha exigido, como notó Freud (1930), una insistencia por enaltecer los estándares de “belleza, limpieza y orden” pues son ellos “requisitos de la cultura” (p.92). Bien nos valdría acordarnos, de vez en cuando, de los desechos, de la *mierda* y, desde luego, de lo desordenado. ¿No están acaso las redes sociales plagadas de orden, limpieza, calidad de imagen y repetitividad? ¿No reflejan una pasión por la calidad de la resolución y la aspiración a una perfección expedita en la mayoría de las imágenes? En las redes digitales que pregonan la amplitud de perspectivas, la recepción de criterios *radicales* y supuestamente emancipadores, la pluralidad de puntos de vista y los oasis del libre pensamiento, no deja de segregarse a la imagen pobre, a la carencia de los estándares. Desde luego es fundamental pensar y retratar el pensamiento en alta definición en todas las esferas de la imagen, desde *Instagram* hasta *YouTube* e incluso las imágenes presentadas en los archivos en formato *.pdf*.

El siguiente meme de la *oldie* página *9gag* puede exhibir con “mejor calidad” la paradoja de la exigencia por la resolución con tintes excluyentes de lo revolucionario. Es decir, hoy la revolución no sólo se televisa sino debe hacerlo en alta resolución:

¹⁸ Sadin (2017) ubica, por ejemplo, esta fascinación por la novedad en las claves del mundo *geek* donde “el ritmo de la propia vida” está en función de “la cadencia de las innovaciones” (p.96).

Figura 5

El Che y la resolución



Nota. La figura del Che pixelado refleja la insistencia contemporánea por una priorización de la calidad en la resolución de las imágenes. Tomado de 9gag, 2014 (<https://t.ly/wdGa>).

Hito Steyerl (2014) hace referencia a este punto problemático invirtiendo y cuestionando la pasión fetichista por la calidad en las imágenes. En sus palabras, “las imágenes pobres son los condenados de las pantallas contemporáneas, el detrito de la producción audiovisual, la basura arrojada a las playas de las economías digitales” y con ello permiten nuevas formas de radicalidad digital (p.34). Esos restos, los pedazos de imagen que no alcanzan una calidad en la optimización de las pantallas reproducen específicamente la misma cantidad de segregación que acontece en el mundo no digitalizado. Si existe una reproducción —mutación tal vez sea el término más específico— es precisamente porque la imagen, tanto en la “vida real” como en el mundo digital, obedece a la misma insistencia reproductiva y gozante en el imperio simbólico y a su distribución positiva de la circulación económica en éste. Las imágenes pobres, relata Steyerl (2014), “son pobres porque no se les asigna ningún valor en la sociedad de clases de las imágenes: su estatuto como ilícitas y degradadas las exime de seguir criterios normativos. Su falta de resolución atestigua su reapropiación y desplazamiento” (p.40). En la reproducción y viralización de la vida digital, la pobreza sigue teniendo un lugar garantizado, aunque con apropiaciones dignas de cualquier revolución cultural. La imagen pobre reproduce en lo digital las astucias de la resistencia y esto también permite subsistir a la hipocresía del sistema ante sus *letales amenazas*.

Las imágenes pobres y su circulación habitan el internet como modos de reproducción de la miseria orillada por el capital, ¿qué sería, por ejemplo, de los estudiantes universitarios en América Latina sin las imágenes pobres? México es, sin ir más lejos, uno de los principales consumidores de libros pirata en el mundo. Recientemente, la Universidad Nacional Autónoma de México, seriamente preocupada por este problema de imágenes pobres, organizó una charla virtual

en la que se exponían las densas problemáticas del mundo editorial ante la ya vetusta avanzada de la imagen pobre en PDF y en fotocopias (imágenes aún más pobres y de circulación 1.0).¹⁹ De inmediato, los usuarios, principalmente de *Twitter*, se lanzaron en contra de la “doble moral” de la UNAM ante las acciones denunciadas. Lo que olvidó la máxima casa de estudios de México es precisamente que el problema no son las imágenes pobres sino la exigencia de una cultura opulenta, sofisticada, limpia y ordenada hasta en el consumo. Este requerimiento, como suele suceder en otras esferas del capitalismo, intenta olvidar a quienes no pueden acceder a materiales de elevadísimos precios en las estanterías digitales y físicas de las librerías o, peor aún, a libros que incluso ya no pueden conseguirse.

Las imágenes pobres son también, para Steyerl (2014), constructoras de “redes globales anónimas” (p.45). Son mallas que congregan multitudes de lo inmediato y de la aspiración por la alta fidelidad en su calidad o que comparten el mundo de los pobres condenados a la falta de claridad fetichizada: tal cual puede observarse en la vida digital cotidiana. Lo que está en juego en este punto no es la capacidad para subsistir con estas imágenes en la cultura digital, sino comprender cómo estas imágenes pobres congregan resistencias al malestar en la cultura digital que pretende no admitir nada que no reúna los estándares más elevados de resolución. La resolución es una exigencia burguesa de la dominación de las imágenes, pues sostiene el excedente de plus valor para circular y generar *ejércitos industriales de reserva*, que sigan incrementando su valor de cambio.²⁰ En términos de la circulación capitalista, la imagen pobre es útil y fáctica, cómplice y chivato. El PDF, las fotocopias de mala calidad y cualquier otro artilugio de imagen pobre se convierte, con lo anterior, en un modelo que atenta contra la cultura fetichizadora del capital, aunque también puede ser su compinche debido a la permanente e incisiva circulación de las imágenes y el tráfico de datos. Nunca esta última expresión quedó tan bien colocada pues el capital —y ahora también sus nuevas plataformas— es el crimen organizado más rentable del mundo.

Al circular como una forma degradada y segregada de las grandes proyecciones de calidad y excelsa definición, la imagen pobre se consolida, así como un reflejo de la asociación de pobres resistiendo a los embates de la alta cultura *high definition*. El archivo de imágenes pobres atenta contra los regímenes de la calidad y esto impide desplegar muchas de las novedosas disposiciones de los *hashtags* que ahora se presentan intuitivos o autónomos — las imágenes pobres son difíciles de leer y no se adecuan bien al soporte algorítmico; allí donde no es necesario que el productor de contenidos controle el etiquetado. La cultura digital es ahora mucho más controladora y esto hace que la exigencia del sujeto por la calidad parezca una cuestión ineludible. El

¹⁹ El video y resumen de esa charla puede consultarse en el siguiente enlace: https://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2021_153bis.html

²⁰ Tomamos prestado aquí el concepto de *ejército industrial de reserva* utilizado por Marx.

malestar en la cultura digital es una magistral resistencia-disposición a las adecuaciones de la libertad digital que la cultura permite desplegar económicamente sobre los modos de circulación capitalista de las imágenes. ¿No conviene pensar aquí que las manifestaciones de la cultura en búsqueda insistente por la perfección siguen siendo molestadas por lo imperfecto y popular como modos de oposición? ¿Podría vivir la cultura popular la interpretación de *El Triste* de José José sin exigir el HD? Ya abundan videos *remasterizados* de la canción que *actualizan* la vivencia a la exigencia de la calidad y la impresión estética y auditiva.

Lamentablemente, la mayoría de imágenes que se propagan en las plataformas anteriormente enunciadas siguen preceptos determinados. En ello reside fundamentalmente un malestar casi imperceptible. Hoy en día, para muchos de los sujetos, resulta imposible observar imágenes pobres, es casi un sacrilegio. Esta pasión por las imágenes de calidad reemplaza el bipartito paradigma de lo viejo y lo nuevo. Lo decadente y lo virtuoso. Jenkins (2008), por ejemplo, ha planteado la circulación entre los sujetos y los medios digitales en términos de "convergencia". Es allí donde, en sus palabras, "los nuevos consumidores son activos". Dividiendo a los consumidores entre anacrónicos y repetitivos consumidores, "predecibles" y que "permanecían donde les decías que se quedasen". Y, por otro lado, "los nuevos consumidores son migratorios y muestran una lealtad hacia las cadenas, las redes y los medios" (p.29). No obstante, es ampliamente oportuno preguntarnos si esto ocurre en las novedades de la industria cultural. El sujeto no decide ya los contenidos, esta idea es muy ilusa desde luego. Por el contrario, es bombardeado con lecturas psicológicas en donde el *big data* y su analítica sumen al sujeto en una pasividad organizada entre lo viejo y lo nuevo según las necesidades de administración de la diversión, el trabajo y la educación.

Hemos entendido, quizás a base de repetitivos tropiezos, que la cultura, desde la perspectiva psicoanalítica, debe concebirse como constantes repeticiones y como una compulsión incisiva. A partir de todo esto puede resultar muy plausible que los consumidores de internet, de los *streaming* y de las redes, sigan cautivándose con las mismas cosas. Los contenidos archivados en plataformas de videos reproducen, sólo por señalar un ejemplo, contenidos semejantes a los que ya nos ofrecía la vieja televisión e incluso en ocasiones con la misma calidad pobre. Nuestra ingenua libertad es la misma que podíamos ejercer con el mando a distancia, sólo que esta vez la amplitud de contenidos es mucho más amplia.

La imagen pobre, en este sentido, ya no puede ser resumida sólo a la calidad de la imagen sino a la repetitividad de la pobreza en contenidos. Si bien la oferta es amplia, el fondo es muy semejante, los internautas buscan prácticamente lo mismo que durante, cuando menos, todo el siglo XX: viajes, tratamientos para no envejecer, fórmulas para alcanzar la felicidad y chismes del otro semejante y la *farándula*. Los territorios más novedosos, por ejemplo, el mundo *gamer* y los

streamers, que también comercian su imagen, son encerrados en las mismas inquietudes sobre la subjetividad y reproducen los más altos estándares morales de la cultura de esta época. Es decir, la imagen pobre no es en absoluto una cuestión de imagen sino de las mismas inquietudes de quienes participan del conocimiento y explotación del *espectador* pobre que no pide, en definitiva, cosas novedosas sino, mayoritariamente, el mismo entretenimiento... Y si no es así, ¿por qué una telenovela como *Betty, la fea*, estrenada hace más de quince años y con contenidos que espantarían a la cultura de la cancelación sigue estando como número uno de reproducciones en *Netflix*? O, mejor aún, ¿por qué una empresa como *Netflix*, tan preocupada por los buenos contenidos, compró los derechos de esa misma telenovela ("serie" para no sonar desactualizado) que ha sido transmitida en 180 países? ¿Le importará al capital de plataformas la moralidad como ostenta, mostrar cada día o más bien tendrá una ética nihilista?

Como vemos, la imagen pobre está incrustada también en los contenidos, pero en una modalidad dual: algo *pobre* que debe ser evitado (mejorar la calidad) o reproducido (baja calidad-fácil movilización). Únicamente no porque la telenovela señalada anteriormente también se emita en un formato pobre y menor; también debido a que la imagen pobre sigue siendo aprovechada por los controladores de contenido monetizando la circulación gozante del espectador, su constante repetitividad y obligatoriedad a gozar de los contenidos. Esta dualidad de la imagen pobre es igualmente parte constitutiva del archivo de todos los sujetos que han ingresado, a veces sin su consentimiento, en la vida digital de las redes sociales. Hoy en día cualquier sujeto está en internet y ese archivo ficcional, además de tener innumerables finalidades, perpetúa el control del yo en tanto ficción utilitaria. Es decir, hoy creemos en lo que el archivo ficcional del yo cuenta de nosotros en las redes con todo y sus imágenes pobres.

En estos casos, de las cuentas comunes y corrientes de las personas, lugar de los ahora tan solicitados y *prescindibles* "lives" *powered by Facebook*, la dinámica es absolutamente la misma. El *influencer* de *Instagram* se sirve de lógicas idénticas a las *psicológicas* en la realidad 1.0 para capturar la atención de los *scrollers*. La imagen sofisticada, con calidad y sin pobreza, digital o *material*, perpetuamente utiliza la obstinación por la ideología no ya del consumo sino de la representación. Las imágenes, las *stories* o las transmisiones en vivo, son fenómenos en donde el yo debe reproducir también una suficiencia económica tanto para transmitir como por lo que debe mostrarse. Los gozantes espectadores exigen también calidad en la transmisión incluso en el audio y en ello demandan la insistencia de la técnica sobre el mero hecho de la transmisión. El circuito estructural de las imágenes intenta evitar la pobreza vehiculizando, además de ideales de vida y cualquier otra cosa digna de exhibirse en la *alta cultura*, la exaltación de la perfección técnica en aras de deificar cierta perfección de las máquinas reproductoras de contenido *gozable*. Aunque, en ocasiones, también se permite hacer un uso singular de la pobreza.

De modo semejante a las religiones, el culto a la personalidad narcisista y la calidad de la imagen proyectan una insistencia sobre quienes quieren o crean contenidos. Estructuralmente, los sujetos creadores, además de ser explotados por las plataformas mediante la circulación del saber en tanto *big data*, se exigen subsistir en la calidad de la técnica para encubrir con el placer de los corazones, los *likes* y la monetización. El malestar del trabajo es una constante ya desde Freud, y los llamados *creadores de contenido* dan fe de ello constantemente al señalar, en muchos casos, todo el trabajo vivo que “cuesta” subir contenidos y cobrar mucho menos de lo que se llevan las plataformas. El malestar de crear imágenes conlleva, como en la idea del placer y la satisfacción en Freud, una renuncia al mero placer de producir un video para hacerlo partícipe de la circulación y el displacer de generarlo con un mínimo de plusvalía. Esto último parece también ser sutilmente semejante a lo que Freud (1930) elucida sobre la religión —la ilusión que está por venir—:

La religión perjudica este juego de elección y adaptación imponiendo a todos por igual su camino para conseguir dicha y protegerse del sufrimiento. Su técnica consiste en deprimir el valor de la vida y en desfigurar de manera delirante la imagen del mundo real, lo cual presupone el amedrentamiento de la inteligencia. A este precio, mediante la violenta fijación a un infantilismo psíquico y la inserción en un delirio de masas, la religión consigue ahorrar a muchos seres humanos la neurosis individual (p.84).

81

La extensa cita de Freud puede leerse en este punto como la similitud entre religión y el capitalismo de plataformas.²¹ Más allá de la bien conocida analogía realizada por Max Weber (1905) sobre los orígenes del capital y el protestantismo, hoy nos encontramos en la casi indisoluble similitud entre la liberación económica y la liberación del yo mediante la *auto-imagen* en tanto dato. Es en los reductos de la relación de la técnica potenciada en las plataformas con la anodina vida subjetiva donde el capitalismo algorítmico, con todo y su saber estructural, propone al igual que la religión, un mundo virtual que deforma aquello que llamamos mundo real. ¿Será entonces casualidad el constante infantilismo reproducido en *stories* y videos de *TikTok*?

El *selfie*, la punta de lanza de la tecnificación de la imagen mediante su circularidad narcisista y en tanto espejo virtual, es uno de los tentáculos colectivos más eficientes para reproducir la pasión individualizada de la base cultural globalizada del capitalismo. Es por lo anterior que es imposible pensar solamente en la constitución del *selfie*, de la autoimagen, como un espejo o un reflejo nítido de aquello que somos. Aunado a este espejo virtual, el sujeto se ve involucrado, en palabras de Juan Martín Prada (2018), en medio de un “espejo con memoria”

²¹ Usamos a lo largo de todo el escrito el concepto capitalismo de plataformas tomado de la propuesta de Srnicek (2018) quien ubica en las tecnologías contemporáneas plataformas que se presentan como “intermediarios” en la administración científica de los datos (p.45).

que surge en los límites del yo y que es “capaz de recordar nuestras deambulaciones por la red (p.78-79). Como observó hace algunos años Eva Illouz (2007), en el mundo de internet están confabuladas las esferas de “la psicología y el consumo” (p.184), y esto permite la reproducción, mercantilización y el archivo de nuestro yo con miras a la auto explotación y la disimulación del sufrimiento. Las categorías *psi* que pueden englobar nuestros recuerdos y transformarlos también producen ficciones utilitarias que despliegan soportes y artefactos protésicos para hacer rentabilizable lo inútil de la repetitividad en las *selfies*, los microvideos y los bailes en plataformas.

Si bien todo esto puede conectarse mediante algoritmos con la lógica del consumo masivo, también debe considerarse que los creadores y los consumidores de contenidos se encuentran ensimismados en la misma ficción de su existencia. El *big data*, como es conocido, pervive mientras más categorías y más determinaciones se presenten añadidas a una imagen y circulen. La ficción aglutinante del *hashtag* es cardinal en este punto ya que no sólo enclaustra los malestares camuflados en una *selfie* sino permite la libre circulación del mercado de las imágenes para rentabilizarlas con operaciones de compra-venta en la misma plataforma o generando el consumo automático. Desde luego que el malestar del que hablamos en este escrito no es una simple emoción caracterizada en una imagen, sino una forma de administración de las ganancias y pérdidas del placer en el momento de postear cualquier contenido en redes. Esta producción pública hace que el malestar devenga necesariamente en una economía libidinal focalizada en los valores e ideales del capital por lo que es profundamente cercana a la economía política y libidinal.

La economía política y libidinal de la acumulación repite incesantemente la administración política de los malestares, produciendo pagos ficcionales que no reflejan las condiciones azarosas o contingentes de la existencia que se contraponen al libre mercado. Como observó oportunamente Regis Debray (1994), “la imagen ignora los operadores sintácticos de la disyunción (o esto o aquello) y de la hipótesis (si..., entonces). Las subordinaciones, las relaciones de causa a efecto, como las de contradicción” (p.273). En otras palabras, las imágenes que habitan en redes sociales constituyen una estratagema de las tecnologías del capital para constituir la vida ficcional en la estructura del malestar capitalista. En efecto, todas las imágenes que circulan producen una economía política de la imagen en la cual todo parece regularse por la *mano invisible* de quien postea cualquier contenido. Desde luego que, a partir de estas circunstancias, la delimitación de la cultura digital como una pasión por la imagen y su circulación hace proliferar la ficción.

Si hemos hablado en todo este recorrido de ficciones es precisamente porque, siguiendo a Bentham (2005), una “entidad ficticia” siempre depende de la nominación de un nombre, de un signo que se constituye como “artificio” que puede pensarse como *real*, aunque designe ya una configuración ficcional (pp.68-69). Las ficciones de las redes sociales son útiles para producir la circulación de

los signos, de los saberes y de las exigencias de la cultura y es por ello que generan malestar estructural disfrazado de autocontrol individualista. La estructura del lenguaje queda fijada así en un modelo de explotación capitalista que hace juego con la adecuación del significante en tanto imagen acústica.

Es por esto que la economía política en *Instagram*, en las redes y como en muchos otros lados puede ser pensada en la clave, por la que una serie de significados intenta modular la contingencia del significante para hacerla circular y gozar una y otra vez. Esta última condición es la que hace que, tanto espectadores como creadores, no huelan con mucha claridad el malestar articulado en el modo de circulación de los signos organizados por significados en el *big data*. Y esto conlleva que la estructura generadora de malestar persista mediante los intercambios de datos de un modo en que la obligatoriedad de la ficción queda desvanecida en el feliz rostro del usuario final.

A manera de *log out*

Para concluir toda esta ficción que pretendió esclarecer la relación entre la imagen, la impotencia y el archivo con el malestar, es ineludible pensar formas de desintegrar las pasiones administradas por el sistema simbólico de la cultura. Freud, enseñó en el texto citado durante todo nuestro recorrido, que la cultura permite resistir la orfandad de la existencia natural y, en el mismo momento, el sujeto se resiste a esa cultura a toda costa. En los tiempos de la fascinación por la autonomía de las plataformas para administrar burocráticamente el mundo no es posible, y mucho menos deseable, permanecer al arbitrio de la cultura digital organizada por el capital. Como vimos desde Steyerl, hay otras maneras de hacer circular resistencias más efectivas al capital. Entendamos aquí resistencia como algo que está en las mismas claves de las disposiciones del mundo cultural, no podemos *desalienarnos* de la cultura como algunas fantasías revolucionarias ingenuas pretenden. Si Freud no erró, la resistencia es entonces una parte misma de la implantación de la cultura.

En las plataformas centradas en la imagen se distribuyen también los modos más tecnocientíficos de sumisión y resistencia. Las condiciones de clase habitan también el mundo digital. Como afirma Mckenzie Wark (2004), "la clase vectorial [la burguesía de los datos] está llevando a este mundo al borde del desastre, pero también abre el mundo a los recursos para superando sus propias tendencias destructivas" (p.23). La cuestión aquí es que la cultura de los datos encamina a la destrucción en las claves administradas de la muerte en el tuétano del capital. Es decir, no habitamos ya solamente nuestra muerte sino somos distribuidos en las formas de muerte del capital que aceptamos gozosamente. Es allí en donde el malestar en el capitalismo encuentra, con felicidad, la exigencia de autogobierno de los sujetos. Resistir al capital es usar sus claves para encontrar la mínima diferencia, los pequeños objetos *causan* de deseo como los llamara Lacan, para oponerse al gobierno de la voluntad datificada. ¿Será suficiente hacer *log out* de

nuestras plataformas? Tal vez no, pero sí consumirlas en definitiva de otra manera. Consumirlas a ellas y no consumirnos a nosotros mismos.

Si hoy en día las empresas de *Silicon Valley* son nuestros psicoanalistas y creen "saber" lo que "deseamos" ya que el "internet es un psicólogo" (De Vos, 2019, p.52) bien vendría cuestionar y resistir a la psicologización digital de la imagen dando lugar a lo incierto, a lo indecible, al deseo y no a la administración voluntariosa de deseos. La eliminación de las redes no es en absoluto necesaria, sino quizás cambiar la directriz de su uso sin caer en los discursos normalizadores y pedagógicos de su uso correcto y con definición de tiempo *normal* de uso. Esto es algo que incluso ya se hace automáticamente en los *smartphones* que definen nuestra vida en los cánones de la temporalidad correcta y la exigencia por vivir incluso *libre de smartphones*.

La cultura es la muerte de la Cosa y en nuestro paradigma se ha aumentado de modo profundamente hostil la permanencia en esa muerte a costa de nuestra vida. Como elucida magistralmente Daniela Danelinck (2018), en "la desaparición de la vergüenza en el mundo contemporáneo, lo que se termina instalando es la vida como valor supremo: el *primum vivere*" (p.50). En las formas de vivir en las imágenes con alegría y exigencia de libertad sólo puede vislumbrarse un a resistencia en donde se puede morir de otra manera. Es decir, apostando por el deseo y su negatividad. Lo incierto y negativo no necesariamente puede conducir a la barbarie y desechar la cultura. De hecho, gracias al capitalismo, la barbarie es una constante, el capital es un sistema que administra la muerte. Es por ello que más que consejos pedagogizadores sobre el uso de las redes y más allá de la fantasía aceleracionista, la propuesta de este artículo es más mundana y de menor alcance: cabría preguntarse qué vida vivimos en las redes sociales, ya sea archivada, mercantilizada, narcisista y todos los demás adjetivos, qué vida tan administrada y exigente que obtura a cada *upload* la fragilidad de nuestro *hablante-ser*. ¿Sería suficiente cerrar sesión o admitir la indecible certeza de que, debido a nuestra fragilidad, la muerte y el amor siguen siendo elementos que escapan a nuestra determinación y la de los grandes capitales?

REFERENCIAS

- Ahmed, S. (2015). *La política cultural de las emociones*. México: UNAM-PUEG.
- Aristóteles. (1875). *Metafísica*. Madrid: Medina y Navarro Editores.
- Bandinelli, C., y Bandinelli, A. (2021). What does the app want? A psychoanalytic interpretation of dating apps' libidinal economy. *Psychoanalysis, Culture & Society*, 26(2), 181-198.

- Barthes, R. (1986). *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*. Barcelona: Paidós.
- Baudrillard, J. (1982). *Crítica de la economía política del signo*. México: Siglo XXI.
- Bauman, Z. (2012). *Vida de consumo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Belting, H. (2007). *Antropología de la imagen*. Madrid: Katz Editores.
- Bentham, J. (2005). *Teoría de las ficciones*. Madrid: Marcial Pons.
- Berardi, F. (2019). *Futurabilidad. La era de la impotencia y el horizonte de posibilidad*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Bernabé, D. (2018). *La trampa de la diversidad*. Madrid: Akal.
- Bottici, C. (2014). *Imaginal Politics. Images Beyond Imagination and the Imaginary*. Nueva York: Columbia University Press.
- Burgess, J., y Green, J. (2009). *YouTube. Online Video and Participatory Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Cassin, B. (2014). *Googoleame. La segunda misión de los Estados Unidos*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Culler, J. (1975). *Structuralist poetics. Structuralism, linguistics, and the study of literature*. Londres: Routledge.
- Culler, J. (2014). *Barthes*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Dahmer, H. (1973). *Libido Und Gesellschaft. Studien Über Freud Und Die Freudsche Linke*. Frankfurt: Suhrkamp Verlag.
- Danelinck, D. (2018). *Debería darte vergüenza: ensayo sobre álgebra lacaniana*. Buenos Aires: Heterónimos.
- De Vos, J. (2013). *Psychologization and the subject of late modernity*. Londres: Springer.
- De Vos, J. (2019). *La psicologización y sus vicisitudes. Hacia una crítica psicopolítica*. México: Paradiso.
- Debord, G. (1967). *La sociedad del espectáculo*. Buenos Aires: Ediciones Naufragio, 1994.
- Debray, R. (1994). *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente*. Barcelona: Paidós.
- Derrida, J. (1997). *Mal de archivo. Una impresión freudiana*. Madrid: Trotta.
- Didi-Huberman, G. (2010). *Ante la imagen: pregunta formulada a los fines de una historia del arte* (Vol. 9). Murcia: Cendeac.
- Freud, S. (1930). El malestar en la cultura. En S. Freud, *Obras Completas* (Vol. XXI, pp.57-140). Buenos Aires: Amorrortu, 1992.
- Han, B.-C. (2015). *The Burnout Society*. Standford: Stanford University Press.
- Heat, J., y Potter, A. (2005). *Rebelarse vende. El negocio de la contracultura*. Buenos Aires: Taurus.
- Illouz, E. (2007). *Identidades congeladas. Las emociones en el capitalismo*. Madrid: Katz Editores.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

- Lacan, J. (1968). *El Seminario. Libro XVI. De un Otro al otro*. Buenos Aires: Paidós, 2008.
- Lacan, J. (1971). *El Seminario. Libro XIX. ...O peor*. Buenos Aires: Paidós, 2012.
- Lipovetsky, G. (2002). *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Anagrama.
- Lyotard, J. F. (1974). *Économie Libidinale*. París: Les Éditions de Minuit.
- Martín Prada, J. (2018). *El ver y las imágenes en el tiempo de internet*. Madrid: Akal.
- Marx, K. (1867). *El Capital. Crítica de la Economía Política* (Vol. I). México: Fondo de Cultura Económica, 2006.
- McGowan, T. (2004). *The End of Dissatisfaction? Jacques Lacan and the Emerging Society of Enjoyment*. Nueva York: State University of New York Press.
- Merleau-Ponty, M. (1945). *Fenomenología de la percepción*. Barcelona: Planeta-Agostini, 1993.
- Pfaller, R. (2014). *Interpassivity: The Aesthetics of Delegated Enjoyment*. Londres: Verso.
- Sadin, É. (2017). *La humanidad aumentada. La administración digital del mundo*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Sadin, É. (2018). *La silicolonización del mundo. La irresistible expansión del liberalismo digital*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Saussure, F. (1916). *Curso de Lingüística general*. México: Fontamara, 2014.
- Simondon, G. (2009). *La individuación a la luz de las nociones de forma y de información*. Buenos Aires: Cactux-La Cebra.
- Simondon, G. (2012). *Curso sobre la percepción*. Buenos Aires: Cactux.
- Soto Ivars, J. (2017). *Arden las redes. La postcensura y el nuevo mundo virtual*. Madrid: Debate.
- Soto Ivars, J. (2017a). *Poscensura (Flash Ensayo): ¿Somos tan cabrones como parece por las redes sociales?* Madrid: Penguin.
- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Steyerl, H. (2014). *Los condenados de la pantalla*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Tomšič, S. (2015). Laughter and Capitalism. *Journal of the Jan van Eyck Circle for Lacanian Ideology Critique* (8), 22-38.
- Tomšič, S. (2019). *The Labour of Enjoyment. Towards a Critique of Libidinal Economy*. Köln: August Verlag.
- Voloshinov, V. N. (2009). *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Buenos Aires: Ediciones Godot.
- Voloshinov, V. N. (2013). *Freudianism*. Londres: Verso.
- Wark, M. (2004). *A Hacker Manifesto*. Cambridge: Harvard University Press.
- Weber, M. (1905). *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*. París: Agora, 1989.
- Williams, A., y Srnicek, N. (2014). #Accelerate: Manifesto for an Accelerationist Politics. En R. Mackay, y A. Avanessian, #Accelerate#. *The accelerationist reader* (pp.347-362). Londres: Urbanomic.

- Žižek, S. (2002). *Mirando el sesgo. Una introducción a Jacques Lacan a través de la cultura popular*. Buenos Aires: Paidós.
- Žižek, S. (2006). *Lacrimae Rerum: ensayos sobre cine moderno y ciberespacio*. Madrid: Debate.
- Žižek, S. (2006a). *Visión de paralaje*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Žižek, S. (2013). *Mirando al sesgo. Una introducción a Jacques Lacan a través de la cultura popular*. Buenos Aires: Paidós.



Este trabajo está sujeto a una [licencia internacional Creative Commons Attribution 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)