

**FACEBOOK EN LA SOCIEDAD DE CONTROL**

**Aplicación simultánea del panóptico y del sinóptico en un dispositivo de vigilancia y control  
social**

**EMILIO MANJARRÉS CHAVARRIAGA**

**UNIVERSIDAD EAFIT**

**ESCUELA DE HUMANIDADES**

**MAESTRÍA EN ESTUDIOS HUMANISTICOS**

**MEDELLÍN**

**2016**

**FACEBOOK EN LA SOCIEDAD DEL CONTROL**

**Aplicación simultánea del panóptico y del sinóptico en un dispositivo de vigilancia y control  
social**

**Trabajo presentado como requisito para optar al título de MAGÍSTER EN ESTUDIOS  
HUMANÍSTICOS**

**EMILIO MANJARRÉS CHAVARRIAGA**

**Asesor: MARÍA ROCÍO ARANGO**

**UNIVERSIDAD EAFIT**

**ESCUELA DE HUMANIDADES**

**MAESTRÍA EN ESTUDIOS HUMANÍSTICOS**

**MEDELLÍN**

**2017**

## **Contenidos**

### **Contenido**

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>6</b>
<b>DE LA DISCIPLINA HACIA EL CONTROL EN EL SIGLO XX</b>	<b>13</b>
Modulación	15
Máquinas informáticas.	19
Marketing.	20
Conclusiones: planteamiento inicial del control.	21
<b>EL CAPITALISMO EN EL SIGLO XX</b>	<b>23</b>
Modelos alternos del capitalismo del siglo XX.	24
Años dorados y sociedad disciplinaria.	30
Rupturas y transformaciones sociales del siglo XX,	34
Conclusiones	51
<b>CAPITALISMO CONTEMPORÁNEO</b>	<b>53</b>
Imperio	54
Marketing y subjetividad en el capitalismo contemporáneo	59
Conclusiones	66
<b>VIGILANCIA SOCIAL EN EL CAPITALISMO CONTEMPORÁNEO</b>	<b>70</b>
	<b>3</b>

<b>Panóptico</b>	72
<b>Sinóptico</b>	96
<b>Simultaneidad del panóptico y sinóptico en Facebook</b>	117
<b>EL CASO DE MELISSA BERMÚDEZ</b>	<b>124</b>
<b>Melissa ante el Sinóptico</b>	125
<b>Melissa ante el Panóptico</b>	138
<b>Operación simultánea de los dispositivos</b>	143
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>144</b>
<b>REFERENCIAS</b>	<b>149</b>

#### **Tabla de Ilustraciones**

Ilustración 1: Caracterización del panóptico tradicional y su aplicación digital.....	117
Ilustración 2: operación simultánea del panóptico y sinóptico en Facebook; <b>¡Error! Marcador no definido.</b>	
Ilustración 3: ..... <b>¡Error! Marcador no definido.</b>	
Ilustración 4: ..... <b>¡Error! Marcador no definido.</b>	
Ilustración 5: Shitstorm en el perfil de Melissa Bermúdez..... <b>¡Error! Marcador no definido.</b>	
Tabla 1 .....	89
Tabla 2 .....	127
Tabla 3 .....	136



## Introducción

En su entrada de blog del 27 de agosto de 2015, Mark Zuckerberg, fundador de Facebook, anunció que, el lunes anterior -24 de agosto- mil millones de personas usaron la red social, en otras palabras, una de cada siete personas sobre la tierra ingresó a Facebook ese día. El comunicado de Zuckerberg es corto y emotivo, y en él resalta su visión de cómo Facebook, cumple un papel de apoyo extraordinario a la expansión de la democracia mundial y, a la consecución del modelo económico propio de la tercera revolución industrial:

I'm so proud of our community for the progress we've made. Our community stands for giving every person a voice, for promoting understanding and for including everyone in the opportunities of our modern world. A more open and connected world is a better world. It brings stronger relationships with those you love, a stronger economy with more opportunities, and a stronger society that reflects all of our values<sup>1</sup>. (Zuckerberg, 2015)

Se trata de un mensaje con tono festivo, que da cuenta de un gran logro para su compañía y, de alguna manera, para la sociedad, pues, sin duda, Facebook cumple un papel importante en la vida de una porción -cada vez mayor- de la población mundial. Se trata pues de un rol con aspectos sumamente positivos ya que, gracias a esta red social, familias y amigos se encuentran y reconocen, en una plataforma que es a la vez sencilla y económica.

---

<sup>1</sup> Estoy tan orgulloso de nuestra comunidad por el progreso que hemos hecho. Nuestra comunidad busca darle a cada persona una voz, promover el entendimiento e incluir a cada uno en las oportunidades del mundo moderno. Un mundo más abierto y conectado es un mundo mejor. Trae relaciones más fuertes con aquellos que amas, una economía más fuerte con más oportunidades, y una sociedad más fuerte que refleja todos nuestros valores.

En Facebook circula un flujo importante de ideas sobre cualquier asunto concerniente a la humanidad, sea este profundo o banal, lo que contribuye a una sociedad abierta, con libre acceso a la información.

Las noticias personales en forma de textos, fotos, dibujos y videos; tienen un impacto muy positivo en las vidas de los usuarios y, además, Facebook es escenario de causas sociales y políticas, que encuentran en la red social, un espacio para la comunicación, al generar conexiones locales o globales que en otros tiempos habrían sido difíciles de lograr.

Manuel Castells (2016) reconoce en Internet y en la red social, herramientas de cambio y de mejoramiento de la sociedad. Añade que, las voces frecuentes que encuentran en la *Sociedad en Red* una terrible deshumanización, pueden estar simplemente mal informadas o influenciadas por las evidencias superficiales de su entorno inmediato.

Estudios recientes sobre Internet y sus diferentes propiedades, demuestran que, algunas percepciones populares sobre la vida en la red y las alertas de los medios de comunicación, que ven en las redes sociales un vehículo para el aislamiento y la pérdida de contactos significativos, no son consecuentes con los resultados que han sido divulgados por centros de investigación especializados. Castells(2013), declaró en una entrevista otorgada a la revista *N* que:

Internet en lugar de disminuir la sociabilidad la aumenta, en lugar de alienar contribuye a des-alienar, en lugar de deprimir contribuye a manejar mejor la depresión y el stress. Por una razón muy sencilla: un sistema de comunicación libre e interactivo agrupa a la gente. Cuanto más usamos Internet, más sociabilidad física tenemos.

Pese a sus innegables aspectos comunitarios, el modelo económico de Facebook tiene como base la publicidad y el *marketing* y, aunque su uso no requiere de un pago directo por parte de los usuarios, los *clientes* de Facebook aceptan, con su participación en la red social, que la empresa conozca sus hábitos y comportamientos, y que, Facebook haga de esa información, un negocio en sí mismo, por

cuanto el vasto tejido del mercado mundial requiere el conocimiento para el diseño y promoción de sus productos y servicios.

Y es debido a esta necesidad de información que Facebook, en su diseño, incorpora estrategias y técnicas dirigidas a, no sólo permitir, sino a promover activamente la participación de los usuarios; haciendo circular la oferta y el consumo del contenido que genera la vida misma de estas personas. Promover la participación y el flujo de información es fundamental para la supervivencia de la red.

Más participación significa más información que puede ser comercializada. Esa doble condición de participación social y negocio de información lleva la impronta del capitalismo contemporáneo, y es allí, mediante una focalización muy específica que, se configura esta tesis: **al estimular la participación de los sujetos en la red social, hasta el punto de convertirla en un aspecto relevante y necesario para sus vidas, Facebook ha incorporado los dispositivos de panóptico y sinóptico en la cotidianidad de sus habitantes, promoviendo así una vigilancia de los individuos contemporáneos que es ejercida por los mismos individuos. Al permitir la instrumentalización simultánea del panóptico y del sinóptico, Facebook opera como herramienta de control al servicio de la evolución del capitalismo. En esta simultaneidad, Facebook se configura no solo como un excepcional medio de comunicación sino como un perfecto dispositivo de control social.**

Este control de los individuos por los individuos mismos, es una característica de la evolución del capitalismo contemporáneo. La estructura social, en la que nos adentramos, delega en el individuo la responsabilidad de decidir en cada momento, cual es la conducta correcta y, de ejercer sobre los demás, el papel de censor o garante que anteriormente les correspondía a las diferentes manifestaciones del Estado.

Este proceso puede comprenderse como una respuesta del capitalismo a los retos que atraviesa. Los acontecimientos y tribulaciones del siglo XX impulsaron profundos cambios en la sociedad occidental y en la naturaleza del capitalismo, se alternaron versiones del sistema económico en un

complejo intercambio de acciones y reacciones de la sociedad, la cultura, la política y la economía. Las formas del control social también mutaron para hacerle frente a los nuevos desafíos, transformándose en lo que Gilles Deleuze denominó originalmente *Sociedad de Control*.

Esa forma de control logra implantar en los sujetos un sistema de deseos, que se asumen como propios; y es en la satisfacción de esos deseos donde se cumplen las necesidades del mercado, así como del consumo, pues los sujetos se controlan a sí mismos. Por otro lado, en la misma forma de control, el mercado no produce objetos sino servicios, en especial servicios financieros, con lo que se logra una atadura del individuo al sistema, mediante el endeudamiento permanente. Finalmente, un aparente derrumbe de las normas, los espacios y las ataduras, que anteriormente condicionaban la vida cotidiana, hace que el sujeto contemporáneo este habitando permanentemente todas las instancias de control, inclusive aquellas que, eran comprendidas anteriormente como silos, como *moldes*, y que ahora se superponen, lo que hace que el sujeto atraviese -o sea atravesado por- *modulaciones* del control.

En estas circunstancias, la industria de las comunicaciones, a la cual puede decirse pertenece Facebook, juega un papel fundamental en la implantación del control. La estructura del capitalismo actual, que es conocida por algunos autores con el nombre de Imperio, se establece por medio de esta industria, como un hecho inmutable, permanente y deseable. De alguna manera, la industria de comunicaciones es Imperio pues, no sólo implanta los deseos en los sujetos, además de crear la idealización del mercado, sino que es allí, en la comunicación como tal, en donde se materializan los logros y las superaciones de los individuos, desde deseos implantados por la industria misma.

El capitalismo de Imperio, que opera a través la sociedad de control, hace de los individuos, no sólo sus propios guardianes, sino guardias de sus semejantes. Así, el poder obtiene grandes economías para la implementación de sus objetivos, pues hace de los sujetos los garantes de su propio éxito. Esta

es la condición que será tratada en el presente trabajo como *vigilancia social* y es, bajo esa óptica, que se analizarán las estructuras del panóptico y del sinóptico.

En Facebook, ambos dispositivos adquieren un carácter modulado, es decir, quienes observan desde las gradas son eventualmente actores y, los actores se convierten a menudo en espectadores, mientras otros sujetos se someten a la vigilancia del panóptico. Cada acontecimiento presentado ante el sinóptico puede ser vilipendiado o ensalzado por los guardianes y, sus premios o castigos sirven de aleccionamiento o de advertencia para los demás espectadores, que se sienten impulsados a proceder bajo determinadas conductas, según sea el ejemplo recibido desde el sinóptico. Al final, a los sujetos, no solo se les presenta un modo de vivir, sino el modo de vivir correctamente, según sean los parámetros del mercado.

Esta tesis se divide en dos partes: la primera se desarrolla en los primeros tres capítulos y, se ocupa de la transformación del capitalismo, para servir como base para el posterior análisis de la vigilancia social en el entorno de la Sociedad de Control.

En el primer capítulo, «De la disciplina hacia el control en el siglo XX», se analiza la transformación de la sociedad que apunta hacia el control, empleando como referencia fundamental la *Postdata sobre las sociedades de Control*, de Gilles Deleuze. En este se expone, la caracterización de los cambios en el modelo objetivo que experimentó el capitalismo durante la segunda mitad del siglo XX. En el segundo capítulo, se presentan los cambios acaecidos por este sistema económico a partir de 1945, los efectos de las políticas económicas en la sociedad y, el surgimiento de los *Años Dorados* o los *Treinta Gloriosos*; período de especial interés por sus efectos culturales, que son fundamentales para comprender la aparición de la sociedad de control. En el último capítulo de esta primera parte, Capitalismo contemporáneo, se plantea la forma teórica del capitalismo actual, se presenta una explicación de la sociedad de control y, se hace una breve caracterización del consumo y del *marketing* como organizadores de la sociedad, confirmando y actualizando las concepciones de

Deleuze sobre la sociedad de control, al tiempo que se establecen las razones sobre las cuales se cimientan las nuevas formas de vigilancia social.

La segunda parte, tiene como propósito el examen de la vigilancia en el capitalismo contemporáneo, y se desarrolla durante los cinco capítulos posteriores. En el primero de ellos, Vigilancia social en el capitalismo contemporáneo, se define el concepto de vigilancia social. En el segundo, se introducen las formas del panóptico clásico, su significado como base de la operación social y su aplicación digital; de manera similar se desarrolla el tercer capítulo, donde se analiza el dispositivo sinóptico, para finalmente, durante el capítulo cuarto, exponer primero, la forma en que operan ambos dispositivos para luego sustentar, por qué supone un mecanismo perfecto aquel compuesto en el capitalismo contemporáneo, la vigilancia social, y el control que se desprende del empleo del dispositivo dual. Esta segunda parte concluye con una presentación del caso de Melissa Bermúdez, como ejemplo de la síntesis de los dos dispositivos de control objeto de esta tesis.

**Primera parte: Marco habilitante de nuevas formas de vigilancia y control**

Los efectos sociales y culturales de las transformaciones del capitalismo

## De la disciplina hacia el control en el siglo XX

En el otoño de 1990, por los días en que la primera cámara fotográfica digital empezaba a ser comercializada en los Estados Unidos, Tim Berners-Lee, un ingeniero del Centro europeo para la investigación nuclear (CERN), creó la *World Wide Web*. Ese mismo año, un filósofo de uñas largas y de respiración dificultosa, publicó un corto artículo sobre la profunda transformación social que estaba teniendo lugar, pues según él, la *sociedad disciplinaria*, forma social que habilitaba el funcionamiento de occidente desde la modernidad, estaba siendo reemplazada por la *sociedad de control*. En su *Postdata sobre las sociedades de control* Gilles Deleuze (1991) indicó los rasgos característicos de esa nueva forma de sociedad.

Después de las guerras mundiales la economía occidental se transformó, consecuencia de los esfuerzos que se llevaban a cabo para la reconstrucción de Europa y sumados a la ilusión de progreso, transformación que afectó ampliamente la sociedad. Los profundos cambios culturales, provocaron una mutación en el ejercicio del poder para adaptarse, con el fin de conservar el control sobre los sujetos, pues los mecanismos que antes funcionaron con las generaciones que padecieron las guerras, no generaban ya respuesta por parte de estos.

Los movimientos culturales fueron sorprendidos, a finales de la década de 1970, por el retorno del liberalismo económico, que provocó una tajante ruptura entre los esquemas de producción y el significado de la acumulación de la riqueza. El neoliberalismo de la década de los 80 podría ser comprendido como un regreso a la desregulación económica anterior a 1914, sin embargo, la sociedad se había transformado tan profundamente que, el capitalismo -sistema base del neoliberalismo- debió encontrar una nueva forma de operar, generando amplias fisuras en las formas de control tradicional. Las sociedades de control son el eje en el que se articulan el capitalismo en mutación, las nuevas formas de organización social que esta mutación promueve, y las nuevas formas de vigilancia y de poder que se imponen sobre los individuos.

Para descubrir cómo puede Facebook jugar un papel en el control de los individuos del nuevo capitalismo, es necesario obtener una visión clara de las sociedades de control, lo cual constituye la etapa inicial de esta investigación y se desarrollará en las siguientes líneas, siguiendo la descripción dada por Deluze en 1990.

Hay dos formas de organización social que preceden a la sociedad de control: las *sociedades de soberanía* y las *sociedades disciplinarias*. En las sociedades de soberanía, se administraba la muerte y se recolectaba la producción. Estas, ancladas en la tradición y en la violencia, fueron empleadas desde el capitalismo temprano hasta el final de la etapa que Jürgen Kocka (2014, p. 33) denomina «capitalismo comercial».

La Revolución industrial, con las nuevas realidades de la fábrica y la cadena de montaje, requirió de los sujetos nuevos comportamientos y capacidades, era necesario transformar al campesino en obrero, pues producir según los ritmos del mundo biológico ya no era conveniente. Este sujeto debía ser habituado a largas jornadas de trabajo, independiente del paso de las estaciones o de la disposición de estos frente a la labor a desarrollar. El prestigio que les suponía a los sujetos el sentido artesanal de su trabajo y el logro que este representaba debía ser abolido, y reemplazado por una suerte de satisfacción sucedánea en la tarea repetitiva y desconectada que les fuera encomendada, en conclusión, los individuos debían ser rediseñados.

Así, las sociedades de soberanía cedieron el paso a las sociedades disciplinarias, ya que estas últimas lograban mayores resultados y empleaban menores esfuerzos en la obtención de la fuerza de trabajo de los sujetos. En palabras de Michel Foucault, los métodos de la soberanía fueron reemplazados por los métodos de modelación de los cuerpos y las voluntades propias de la sociedad disciplinaria pues, «constituye incluso la elegancia de la disciplina prescindir de esa relación costosa y violenta [la esclavitud, el vasallaje] obteniendo efectos de utilidad, como mínimo, igual de grandes» (2009, p. 159).

A mediados del siglo XX, el capitalismo atravesó una nueva transformación que hizo menos eficiente a la sociedad disciplinaria. El nuevo capitalismo necesitó, una vez más, rediseñar los instrumentos para la vigilancia y el control sobre los sujetos. Estos nuevos instrumentos se han agrupado bajo la denominación de *Sociedad de control*.

En la visión de Deleuze, esta forma social posee tres dimensiones primarias: primero, la sociedad de control se caracteriza por la *modulación*, es decir, el habitante de la sociedad de control no tiene puntos fijos de referencia en su paso por el mundo; las certezas sociales, las instituciones, los deseos y los propósitos de ese habitante cambian constantemente, adaptándose al flujo de las circunstancias. Por otro lado, la *informática*, base característica de las máquinas propias de esta forma de organización social, habilita la modulación y posibilita el control de los sujetos, mediante el uso de la información y la comunicación instantánea. Finalmente, el control del individuo se logra a través de su transformación en *consumidor*.

El nuevo sujeto consumidor se controla a sí mismo gracias a la herramienta dual *marketing* - crédito. Las técnicas del *marketing* le hacen desear productos a partir de una comprensión minuciosa de sus inclinaciones individuales, mediante la proliferación de nichos de mercado que acogen esas inclinaciones; mientras que los servicios financieros proporcionan los medios para obtener los deseos a cambio de un endeudamiento permanente. La herramienta dual se expande y masifica gracias a las máquinas informáticas y se potencia al extremo en la modulación. Bajo la apariencia de libertad en el consumo -y el innegable bienestar que conllevan algunos de sus aspectos- el individuo endeudado está efectivamente controlado.

A continuación, se profundizará en cada una de estas dimensiones.

### **Modulación**

Deleuze presenta cinco elementos que hacen visible la modulación como dimensión básica de la sociedad de control: el espacio, el tiempo, las reglas, la identificación de los sujetos y las recompensas.

Estos elementos deben entenderse como ilustraciones sobre el concepto, sin que necesariamente, agoten las posibles dimensiones de la modulación.

Gracias a «la organización de grandes centros de encierro» (Deleuze, 2014, p. 277), el espacio es la dimensión fundamental del poder en las sociedades disciplinarias. Las técnicas de la disciplina precisan la concentración de los cuerpos en espacios físicos y simbólicos. La «ordenación en cuadro», por ejemplo, busca «tratar la multiplicidad por sí misma, distribuirla, y obtener de ella el mayor número de efectos posibles» (Foucault, 2009, p. 173). En este contexto, y dependiendo de su función o formación disciplinar, a cada sujeto se le asigna, además de un lugar físico -edificio-, una posición específica -puestos de trabajo, escritorios o pupitres, celdas de la prisión, cuartos específicos en el hogar-.

A medida que nos adentramos en las sociedades de control, estos espacios pierden relevancia como fundamento de la vigilancia y el control sobre los sujetos pues, las nuevas técnicas de vigilancia actúan sobre espacios abiertos. No se trata sólo de las cámaras que ahora registran las ciudades, ni de los drones y sus misiles, la banca digitalizada o la minería de datos; pues existe un profundo afán institucional para incitar el abandono del encierro como estrategia para la reducción de costos; como sucede, por ejemplo, en los sectores productivo y académico, o como medio para promover la felicidad mediante una mejora en las condiciones de vida. Así, las nuevas tecnologías impulsan la libertad para elegir el lugar desde cual se trabaja, estudia, consume, gestiona la salud... Los sujetos se sirven de sus computadores portátiles y *smartphones* con herramientas de telepresencia, liberándose de la ordenación en cuadro, y esto hace que el centro de encierro sea, quizás, el mundo entero.

Además de la ordenación de los espacios, la disciplina opera mediante la utilización exhaustiva del tiempo, «se trata de extraer, del tiempo, cada vez más instantes disponibles y, de cada instante, cada vez más fuerzas útiles» (Foucault, 2009, p. 178), para lo que es necesario dividir el tiempo en

bloques. Toda actividad humana tiene un comienzo y un final claramente definidos y, en la jornada, el día se gestiona a través de una planilla.

En la sociedad de control, el tiempo y su uso deja de estar compartimentado, este es ahora fluido y continuo; no hay principio ni fin y todas las actividades se ejercen simultáneamente: las tareas nunca comienzan y jamás terminan. La consigna es el *multitasking*, en el cual, mientras trabajan, los sujetos atienden a sus amistades, están pendientes de su familia, monitorean su alimentación, actividad física, hacen compras en línea y controlan sus indicadores vitales mediante los dispositivos como *ihealth*.

Como complemento al manejo del espacio y del tiempo, en la sociedad disciplinaria cada centro de encierro invoca un conjunto de reglas que le son propias. La regulación del comportamiento esperado, en un determinado lugar, no es la misma que se espera de este sujeto una vez este se ha desplazado a un encierro diferente. Deleuze señala que «El individuo pasa sucesivamente de un círculo cerrado a otro, cada uno con sus leyes: primero la familia, después la escuela (“ya no estás en tu casa”), después el cuartel (“ya no estás en la escuela”) [...]» (Deleuze, 2014, p. 277). Los gestores de cada espacio de encierro, si bien persiguen comportamientos diferentes, emplean la misma estrategia en todos ellos, es decir, un sistema de reglas claras y precisas que operan sobre el cuerpo, acompañado de un riguroso sistema de micropenalización, para no solo castigar sino corregir las transgresiones.

En la disciplina, el hombre es un cuerpo reglado para utilizar al máximo su fuerza física. En la sociedad de control el cuerpo físico no es ya el principal asunto de dominio, el sujeto ya no es un engranaje en una maquinaria y, la eficiencia de su cuerpo no es importante. Ahora, con la producción automatizada y, dado que el control se obtiene mediante el *marketing* y el endeudamiento permanente, se espera que el individuo consuma más.

Las reglas ahora no tienen que ver con el empleo eficaz de los movimientos del cuerpo, sino con un Estado permanente de insatisfacción, pues del sujeto se espera que nunca esté complacido con lo

que posee y, la regla es la búsqueda permanente de mejoras, aunque minúsculas, incrementales, lo que le obliga a reemplazar constantemente sus posesiones por otras más promisorias.

El cuarto elemento se refiere a la identificación. La sociedad disciplinaria identifica los cuerpos mediante un simple sistema de coordenadas, «el poder es al mismo tiempo masificador e individuante, es decir, forma un cuerpo con aquellos sobre quienes se ejerce al mismo tiempo que moldea la individualidad de cada uno de los miembros» (Deleuze, 2014, p. 281). Al asignarles una función - jefe u obrero, profesor o estudiante, padre o hijo, médico o paciente-, el poder penetra profundamente en el cuerpo social, y le moldea mediante la organización en el espacio y, la gestión de las habilidades individuales. El proceso de identificación se facilita en tanto se espera que, cada sujeto ocupe a cada instante un espacio y, se aplique a determinadas tareas mediante las cuales es fácil su ubicación.

En el nuevo orden, el plano cartesiano no es requerido y, el panóptico ha sido transformado mediante las nuevas técnicas informáticas de vigilancia, liberándolo de su torre y de su libro de registro. Las coordenadas disciplinarias han sido reemplazadas por la contraseña, un identificador que le abre las puertas de la información, que lo lleva de un Estado a otro, que acumula la información que determina su recompensa. La contraseña es una cadena de caracteres única para cada combinación individuo-identidad, su uso determina el Estado del sujeto -producción, aprendizaje, curación, entretenimiento- y, las puertas que abre esta abre son fluidas, moduladas a cada instante por cálculos complejos del sistema, que cambian los permisos y con ellos, los atributos, logros y metas de los individuos.

Por último, las recompensas en la sociedad de control son fugaces y efímeras. El objetivo de la sociedad es el control, que mediante el endeudamiento y la velocidad en el consumo, se logra en el desmonte de la posesión y su reemplazo por la adquisición de servicios. Para ello, el individuo, no debe regodearse demasiado en los premios, estos deben perder rápidamente su sabor, de modo que, el individuo, salte de un Estado de insatisfacción a otro. En las empresas, los salarios son variables y

dependen de metas a corto plazo, el poder jerárquico es cada vez menos tangible, y ningún logro es trascendente; en los colegios, por ejemplo, se evita la formación y la consolidación del saber a través de la evaluación de actividades pequeñas y el desarrollo de competencias mínimas, sin conexión aparente.

### **Máquinas informáticas.**

Las máquinas y las técnicas reflejan el ideal económico de cada sociedad, así, mientras las sociedades de soberanía operaban mediante máquinas simples -poleas, palancas, mecanismos físicos básicos-, las sociedades disciplinarias emplean motores de combustión interna, telares complejos, máquinas hidráulicas y dispositivos orientados a trascender las posibilidades biológicas de la naturaleza. Las sociedades de control hacen uso de las plataformas informáticas, que son máquinas complejas y, están compuestas de todas las técnicas electrónicas disponibles. Estas máquinas forman un entramado inexpugnable que, ya no debe producir cosas sino información, y lo hace a través una intensa vigilancia, posible, por el empleo generalizado de la contraseña.

El programador, habitante del nuevo edificio panóptico, diseña y organiza la estructura de la información y, la moviliza, para el beneficio de los mercaderes de servicios. También, las máquinas informáticas son instrumentos de creación. Estas se venden con la promesa de incentivar la creatividad y, potenciar el desarrollo artístico de sus dueños; así, cada individuo puede convertirse en músico, cineasta, fotógrafo o literato. También se prometen ganancias para la innovación, el emprendimiento y la productividad personal, ya en 1990, las máquinas informáticas estaban produciendo individualidad.

Al explorar el papel de las máquinas informáticas en la sociedad de control, Deleuze señala con claridad que, las máquinas no existen en un vacío, que la informática «No es solamente una evolución tecnológica, es una profunda mutación del capitalismo» (Deleuze, 2014, p. 282). La explosión de la

informática es posible porque las condiciones del nuevo capitalismo exigen su presencia, es decir, su existencia es condición necesaria para el control.

### **Marketing.**

Para Deleuze, la sociedad de control es posible gracias al capitalismo de superproducción, es decir, un sistema económico que, en lugar de ocuparse fundamentalmente de la construcción de productos, se concentra en la *venta de servicios*. En ese sentido, el proceso de manufactura se relega a las capas más insignificantes de la sociedad y, la fábrica, es reemplazada por la empresa. Esto es posible en tanto el objeto producido en ella es sólo un componente del servicio, que por sí sólo, tiene un valor escaso. El servicio, en contraposición con el producto, debe poseer un metavalor y este, se desarrolla en la empresa. La otra característica de la superproducción, mencionada por Deleuze, es que la empresa, ya no adquiere materias primas sino acciones; es decir, las empresas avanzan mediante la adquisición de otras empresas, consolidando al sector financiero en el tope de la pirámide económica.

Mientras en el capitalismo industrial, la dominancia del mercado se lograba mediante estrategias como el mercantilismo o la especialización, estrategias en las que la disciplina juega el papel fundamental, ya que propicia las herramientas básicas necesarias para la obtención de la máxima eficiencia de los cuerpos al menor costo posible. En el capitalismo en mutación, presenta una forma distinta de dominación del mercado, esta se da mediante la toma del control de la gestión de las empresas y, de la definición de estrategias de *marketing*. Para Deleuze, ese control del mercado se logra a través de la fijación de los precios y de la transformación de los productos en servicios: «Ahora, el instrumento de control social es el Marketing, y en él se forma la raza descarada de nuestros dueños.» (2014, p. 283).

Si bien Deleuze no desarrolla profundamente esta noción pues, no indica exactamente qué es lo que hace el *marketing* en el capitalismo mutado, ni cómo opera, o en qué se diferencia de las técnicas de *marketing* propias del capitalismo industrial, ni tampoco indica las líneas de fuga que lo sitúan en

el centro de la sociedad de control, si es explícito con respecto a los efectos del *marketing* sobre el individuo. En esencia, el individuo es ahora un consumidor que responde a un mundo donde la venta es el articulador de la sociedad: «El departamento de ventas se ha convertido en el centro, en el “alma”, lo que supone una de las noticias más terribles del mundo» (Deleuze, 2014, p. 283).

Como ya se ha mencionado, el capitalismo de superproducción vende servicios. La principal diferencia en la adquisición de un servicio, comparado con la adquisición de un producto, consiste en la propiedad y el pago. El consumidor de un servicio no es el propietario de nada excepto del usufructo temporal del servicio, que caduca constantemente y que se hace necesario renovar a través de un pago constante, que lleva a que «El hombre ya no está encerrado sino endeudado» (Deleuze, 2014, p. 284).

En resumen, el capitalismo ha mutado y se concentra en la superproducción, es decir, en la venta de servicios. El *marketing* es el mecanismo de control que actúa sobre los individuos y sobre el mercado y, el Estado de deuda permanente, es el reemplazo de la disciplina.

### **Conclusiones: planteamiento inicial del control.**

La sociedad de control tiene tres características fundamentales: la modulación, el uso de las máquinas informáticas y el *marketing* como instrumento de control social. Dicha sociedad está anclada en una mutación del capitalismo, que tiene como efecto la superproducción, la venta de servicios y el endeudamiento permanente.

Se ha evitado en el desarrollo de este capítulo, el establecimiento de paralelos tempranos entre la sociedad de control planteada por Deleuze y Facebook, pues todavía es necesario evaluar hasta qué punto, el capitalismo y el control han seguido el derrotero previsto en la Postdata durante los 25 años transcurridos desde su redacción. En el mismo sentido, la explosión de internet, el nacimiento de Facebook y su imposición en la cultura, pueden haber modificado la estructura de la sociedad de control prevista, por lo que, determinar si Facebook tiene parte en la vigilancia y el control de los

sujetos contemporáneos, requiere una revisión de la mutación del capitalismo y, una actualización que comprenda los años transcurridos desde entonces.

La Postdata de Deleuze, genera ciertas preguntas que deben ser resueltas antes de establecer el papel de Facebook en la sociedad de control, estas son: ¿cómo opera el *marketing* contemporáneo?, ¿cómo y por qué se constituye en el instrumento de control social?, ¿cómo se articulan en el control las máquinas informáticas -comprendidas como un conglomerado de técnicas que incluyen a la industria de telecomunicaciones- con el *marketing*? Y, la respuesta a estas preguntas será lo que se desarrolle a continuación.

## El capitalismo en el siglo XX

Deleuze comprendió que las sociedades de control son un proyecto que debe realizarse. Aun los sujetos viven inmersos en las múltiples permanencias de la sociedad disciplinaria, pero se adentran paulatinamente en las nuevas formas del control. También consideró que el proyecto de las sociedades de control obedecía a una mutación del capitalismo, que exigía una nueva forma de organización de la sociedad.

Facebook nació en medio de esa mutación y, la comprensión de sus posibilidades como herramienta de la sociedad de control, requiere una comprensión del proceso de transformación capitalista. El objetivo de este capítulo es señalar las principales transformaciones del capitalismo que, durante el siglo XX, condujeron hacia la sociedad de control. Para ello, se hace un breve paneo de la descripción que propone Deleuze sobre el capitalismo mutado, para luego, llevar a cabo una revisión de las formas que el capitalismo adoptó durante el siglo XX, cuando fue impulsado por los tremendos acontecimientos de la época.

Se examinará el destino de la sociedad disciplinaria durante las transformaciones del siglo, con una mirada especial en el período de los años dorados, puesto que, es durante este tiempo particular, en donde la institución disciplinaria comienza a perder su utilidad, consecuencia de las rupturas sociales, culturales y productivas que se desencadenan en dicho período. Hay una gran distancia entre el capitalismo de producción de 1945 y el capitalismo actual. La historia general del capitalismo del siglo XX puede separarse en tres etapas: la época de los grandes cataclismos de 1914 a 1945; los *años dorados* de 1945 a 1975; y, el retorno de las crisis, así como la aparición del neoliberalismo desde mediados de los años 70 hasta el final del siglo<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Existe un cuarto momento, que se tratará en el capítulo del capitalismo contemporáneo y que surge a finales de los años 90, en lo que Michael Hardt y Antonio Negri denominan *Imperio*, y que no representa, de ninguna manera, el concepto tradicional del *Imperio* ni del imperialismo que los países europeos persiguieron hasta después de la época de los grandes cataclismos.

Otros enfoques, como el de Gilles Lipovetsky (2006), enfatizan en los modos de consumo y separan según esto, tres fases del capitalismo: La fase I, que comprende el inicio del capitalismo hasta el fin de la segunda guerra mundial y, que se caracteriza por el consumo de productos de confort por parte de un conjunto privilegiado de la sociedad. La fase II, equivale al período de los años dorados, en donde se presenta una profundización y masificación del consumo de productos de bienestar, mientras que, la fase III, la fase actual, equivalente al *Imperio* de Hardt y Negri, es notoria por la aparición del *hiperconsumidor*, un sujeto obsesionado por el consumo de experiencias, que se aleja paulatinamente de la noción de productos de status y que cambia por productos de bienestar, pues según lo que consume, construye su identidad.

Entrelazados entre los bloques del capitalismo se presenta un conjunto de cambios sociales, culturales y de rupturas, que explican grandes transformaciones en la forma de operar de la sociedad, y que surgen a partir de las transiciones sufridas en el operar mismo del capitalismo.

### **Modelos alternos del capitalismo del siglo XX.**

El siglo XX puede comprenderse en bloques, que cambian según la sucesión de ideologías de planificación e intervención de los Estados en la economía. En este sentido, aparecen tres bloques históricos -Grandes Catástrofes, Años Dorados, Décadas de Crisis- que coinciden con los movimientos de péndulo del capitalismo.

Hasta 1939, occidente estuvo orientado por las políticas del liberalismo económico, característico de la primera época de la industrialización. La transformación de materias primas, una expansión permanente de los mercados -frecuentemente a través de la colonización- como mecanismo fundamental de promoción en la demanda de mercancías, un sistema financiero no regulado, el *laissez faire* en las políticas de empleo, según las cuales, el mercado en virtud de sus dinámicas internas de competencia y expansión, podría proveer trabajo a la población, siempre y cuando, los trabajadores se mantuvieran flexibles respecto a sus demandas de salarios y prestaciones.

Usualmente, las guerras mundiales se entienden como una consecuencia de esas políticas económicas liberales. El esfuerzo de la segunda guerra mundial, sin embargo, demandó ingentes recursos a los beligerantes, imposibles de obtener a través de una economía pura de libre mercado y por ello, fue necesario que los Estados intervinieran en todos los aspectos de la vida económica, con el fin de incrementar la capacidad de producción hasta el nivel requerido para destruir al enemigo.

Antes de la guerra total, recuerda Hobsbawm (2000, p. 53), el principio básico, vigente durante el período que abarcó desde la revolución francesa hasta la primera guerra mundial, era que, en tiempo de guerra, la economía tenía que seguir funcionando, en la medida de lo posible, como en tiempo de paz.

Ese principio se extendió durante la Primera guerra mundial aun cuando esta se prolongó mucho más de lo esperado y utilizó muchos más recursos de los que podían permitirse los Estados. Al comenzar la Segunda Guerra, los Estados emplearon las experiencias de la guerra anterior para modificar sus economías. Alemania y la Unión Soviética, con economías planificadas y modelos autocráticos, tenían las herramientas para alinear todos los componentes de sus sistemas hacia la guerra total. Los demás Estados, Francia, Inglaterra y, sobre todos, Estados Unidos, debieron ajustar sus economías con prontitud, para hacerle frente a la furia teutónica: «Gradualmente se tomó conciencia de que el Estado tenía que controlar totalmente la economía, y que la planificación material y la asignación de los recursos (por otros medios distintos de los mecanismos económicos habituales) eran cruciales (Hobsbawm, 2000, p. 54).

Gracias a los inmensos recursos que la economía planificada generó para la destrucción, y al ingenio que la Segunda Guerra mundial demandó de los Estados participantes, surgieron tecnologías que, de otra manera, quizá no habrían aparecido o que, habrían tardado mucho más tiempo en desarrollarse. El aparato militar, con la tecnología nuclear, es el ejemplo más inmediato, pero son también producto de la guerra total, la computación y las redes de comunicación entre ordenadores.

...la guerra, o la preparación para la guerra, ha sido el factor fundamental para acelerar el progreso técnico, al “soportar” los costos de desarrollo de innovaciones tecnológicas que, casi con toda seguridad, nadie que en tiempo de paz realizara el cálculo habitual de costos y beneficios se habría decidido a intentar, o que en todo caso se habrían conseguido con mucha mayor lentitud y dificultad (Hobsbawm, 2000, p. 55).

Con el final de la Segunda guerra termina también el período de grandes catástrofes y aparece el bloque conocido como *Años dorados* o *Treinta gloriosos*, un período de crecimiento económico sostenido, de empleo generalizado y mejoras constantes en las condiciones de vida de occidente.

Este tiempo supone una especial importancia pues, además del bienestar material que propició, creo también las condiciones para la «transformación social mayor y más intensa, rápida y universal de la historia de la humanidad» (Hobsbawm, 2000, p. 291). La aparición de este bloque se atribuye, además, a tres elementos propios del capitalismo de posguerra: economía mixta, globalización y desarrollo tecnológico.

El primer elemento, la adopción generalizada de una «economía mixta» en las democracias occidentales, consistió en la conservación del libre mercado pero, con una planificación y gestión estatal de la economía, un sistema de restricciones al sistema financiero, orientado a evitar los excesos del pasado; y la implantación del «Estado de bienestar». El Estado de bienestar caracterizó la política económica de occidente durante tres décadas y consistió en «una síntesis del taylorismo en la organización del trabajo, el fordismo en el régimen salarial y el keynesianismo en la regulación macroeconómica de la sociedad» (Hardt y Negri, 2015, p. 265). El taylorismo alude a la organización científica del trabajo, diseñado por Frederick Taylor y define los fundamentos de la cadena de producción según la división del trabajo de las fábricas de mercancías. El término «fordismo» es anecdótico y refiere a la política salarial que Henry Ford implantó en su compañía a mediados de los años 30. Consistente en duplicar el salario de los obreros para incrementar su productividad, con lo que se rompe la paradoja de la necesidad fundamental capitalista del compromiso obrero, que es minado por la rutina y la falta de sentido, de propósito, típica de la cadena de montaje.

Finalmente, las ideas del economista John Maynard Keynes incluían, además de los novedosos subsidios de desempleo y el acceso a mecanismos de salud general y educación, una agresiva política de pleno empleo pues, sólo mediante la inclusión de toda la población en el sistema productivo, se genera la suficiente demanda de productos y servicios para el impulso permanente de la economía. Así, los años dorados constituyen un período en el que el desempleo se ubicó en niveles desconocidos por el capitalismo, en los años 60, «el índice medio de paro en Europa se situó en el 1,5 por 100» (Hobsbawm, 2000, p. 262).

El segundo elemento, la globalización, «multiplicó la capacidad productiva de la economía mundial al posibilitar una división del trabajo mucho más compleja y minuciosa» (Hobsbawm, 2000, p. 272). El comercio se multiplicó por diez desde 1953, entre los países capitalistas occidentales, en un movimiento sin precedentes, no sólo de mercancías y materias primas, sino también de mano de obra y nociones culturales, que traspasaron las fronteras de los países capitalistas, permitiendo una integración novedosa entre las visiones del mundo de las distintas naciones.

El conjunto de países que participaron en ese movimiento de globalización conformó un bloque cosmopolita. Un elemento que vale la pena resaltar en este aspecto fue la generalización del modelo estadounidense de organización empresarial y gestión económica. Hardt y Negri, atribuyen las transformaciones acaecidas durante este período a la dominación de los Estados Unidos en las relaciones internacionales a partir del final de la Segunda Guerra. El precio de la reconstrucción del mundo fue la aceptación incondicional del modelo norteamericano del *New Deal* por parte de los países que, o bien requerían, o bien les era impuesta la organización norteamericana y sus colosales recursos para recuperar a sus naciones de los escombros.

Aunque el tercer elemento, la expansión de la tecnología -y del fundamentalismo técnico-, es abordado con cautela por Hobsbawm, contrario a los presupuestos del determinismo tecnológico, el historiador reconoce el papel indispensable de la técnica en la explosión económica del período. No

solo el desarrollo de la industria informática sino en la química farmacéutica, la industria de alimentos y la consolidación de la industria de la moda y del entretenimiento; figuran entre el inventario de sectores donde las innovaciones tecnológicas jugaron un papel decisivo en el nuevo modelo económico de la postguerra.

Más allá de los efectos meramente económicos es relevante la influencia de la explosión técnica en los remezones culturales que se gestaron en los Años dorados. Como se verá más adelante, los desarrollos informáticos tienen un vínculo evidente, pero otras revoluciones técnicas incidieron en la revolución cultural y son claves para comprender la emergencia y consolidación de la sociedad de control.

Por ejemplo, Hobsbawm menciona que la revolución de la química farmacéutica se presentó, a partir de la invención de la píldora anticonceptiva y la masificación del uso de los antibióticos, como elementos fundamentales de la revolución sexual de los años 60, al permitirle a la población adueñarse de su sexualidad, controlar los embarazos no deseados y las enfermedades venéreas.

La conjunción de estos tres elementos ocasionó un crecimiento económico sin par, gracias a «la coordinación entre el crecimiento de la productividad y el de las ganancias, que mantenían los beneficios estables» (Hobsbawm, 2000, p. 287). Para mantener un equilibrio delicado, que permitiera mover la economía, los trabajadores debían consumir cada vez más productos y, para ello debían recibir mejoras constantes en sus salarios, lo que dejaba un gran interrogante sobre el control de la inflación. Por otro lado, Estados Unidos debía actuar como regulador y *garante* de la economía mundial, y el dólar cimentar su sistema monetario.

Las crisis económicas de los años 70 diluyeron los efectos positivos de la edad de oro y, se dio paso a la reaparición de las enfermedades que los años dorados habían borrado de la memoria de occidente: «la pobreza, el paro, la miseria y la inestabilidad». El problema del empleo fue el más

notorio y el más doloroso, la presencia de personas sin hogar, durmiendo a la intemperie y escarbando en los cubos de basura retornó a las calles de Nueva York.

Pese a lo evidente que resultó el cambio económico en la sociedad occidental, no hubo un consenso en la interpretación de las causas y, mucho menos, de las soluciones. La consecuencia fue una batalla ideológica entre economistas, en la que los keynesianos llevaron la peor parte, al pretender sostener un modelo económico con base en el pleno empleo que, a todas luces, y sin que hubiera una razón clara, no estaba funcionando como lo hizo en las décadas anteriores.

Se trataba de una guerra entre ideologías incompatibles. Ambos bandos esgrimían argumentos económicos: los keynesianos afirmaban que los salarios altos, el pleno empleo y el Estado de bienestar creaban la demanda del consumidor que alentaba la expansión y que bombear más demanda en la economía era la mejor manera de afrontar las depresiones económicas. Los neoliberales aducían que la economía y la política de la edad de oro dificultaban -tanto al gobierno como a la empresa privada- el control de la inflación y el recorte de los costes, que habían de hacer posible el aumento de los beneficios que era el auténtico motor del crecimiento en una economía capitalista. (Hobsbawm, 2000, p. 409)

La batalla entre los economistas terminó con el regreso de la ideología liberal a los gobiernos, que se concentraron en recortar los beneficios de los Estados del bienestar para detener el gasto del Estado, obteniendo así herramientas para el control fiscal y para combatir la inflación. El «adelgazamiento del Estado» fue el grito de batalla de los economistas desde esa época. Los años 80 y 90 del siglo XX, estuvieron marcados por una sucesión de crisis económicas, cada vez peores, con la sustitución de la industria por la banca y la inseguridad financiera por diseño.

Antes de establecer una relación de las rupturas y transformaciones sociales de la segunda mitad del siglo XX, es menester evaluar las transformaciones del dispositivo de control disciplinario durante los treinta gloriosos, pues en ellas, radican las claves para comprender el florecimiento de internet y el surgimiento de Facebook como instrumento de control en la nueva sociedad.

## **Años dorados y sociedad disciplinaria.**

Deleuze explicó en 1990, que las sociedades disciplinarias «alcanzan su apogeo a principios del siglo XX» (Deleuze, 2014, p. 277). Hacia el fin del siglo, las sociedades de control son un proyecto en el que apenas «se instalan esas nuevas fuerzas que ya están llamando a nuestras puertas» (Deleuze, 2014, p. 278). Durante los Años Dorados, el capitalismo y las disciplinas promovieron un desarrollo excepcional del bienestar de sus habitantes. ¿Cómo se explica entonces, que el capitalismo haya tenido que mutar hacia la forma que precisa de la sociedad de control? ¿En qué consisten las carencias que la sociedad disciplinaria no fue capaz de salvar? ¿qué le ofrece el modelo de control al capitalismo que ya no encontraba en las disciplinas?

Para responder a estas preguntas es necesario revisar la afirmación según la cual, las disciplinas encuentran su apogeo a comienzos del siglo XX. Como ya se ha visto, los modelos económicos del periodo de catástrofes, hasta 1945, no permitieron el alejamiento de las disciplinas. Por un lado, el modelo soviético representó otra versión de la sociedad disciplinaria y, en occidente, los esfuerzos de la guerra requirieron una profundización de la disciplina, tanto en el bloque aliado como en el del eje.

A partir de 1945, el mundo se debatió entre la adopción del *New Deal* o la imposición del modelo soviético. Hardt y Negri atribuyen a esa melancólica situación la progresión del *New Deal* norteamericano, como una evolución del sistema capitalista que, era indispensable para enfrentar la competencia con la URSS, y con importantes efectos en el mundo entero:

Desde la perspectiva de nuestro análisis, el *New Deal* debería evaluarse no sólo atendiendo a su capacidad de reestructurar las relaciones de producción y de poder dentro de un único país capitalista dominante, sino también y fundamentalmente atendiendo a los efectos que tuvo en todo el mundo, efectos que, sin ser directos ni transparentes, resultaron profundos. Con el *New Deal*, el proceso real de superación del imperialismo comenzó a cobrar forma. (Hardt y Negri, 2015, P. 264)

El *New Deal* consistió en la implantación de un modelo de economía mixta, en el que el Estado ejercía la planificación económica y, desplegaba una serie de instituciones de asistencia -subsidios de desempleo, educación gratuita, sistemas de salud pública-, también vigilaba a ciertos actores díscolos -las entidades financieras, principalmente que, desde la gran crisis de los años treinta eran percibidas con recelo por gran parte del gobierno norteamericano-, y estaba unido a un *mashup* de taylorismo, fordismo y keynesianismo. Este es el modelo que, aplicado mundialmente, atravesó la edad de oro del capitalismo del siglo XX.

Junto con el bienestar generalizado, el *New Deal* propició la absorción de la sociedad por parte del Estado. Convertir a los proletarios en grandes consumidores, mediante un régimen de salarios continuamente creciente, determinó que el Estado y la sociedad fueran una sola cosa pues, en el análisis de Hardt y Negri, toda la sociedad giraba en torno al modelo capitalista de consumo, todas las fuerzas, las ideas, las esperanzas quedaban organizadas en torno al sistema del *New Deal*.

Así, para Hardt y Negri, toda la primera mitad del siglo representa una profundización del sistema disciplinario, culminando con la implantación del *New Deal*, durante los años dorados:

El New Deal produjo la forma más elevada de gobierno disciplinario: En una sociedad disciplinaria la sociedad en su conjunto, con todas sus articulaciones productivas y reproductivas queda absorbida bajo el dominio del capital y del Estado [...] esa sociedad tiende, gradualmente, pero con implacable continuidad, a regirse por los criterios de producción capitalista. Una sociedad disciplinaria es pues una sociedad-fábrica. (Hardt y Negri, 2015, p. 266)

El proceso de expansión mundial del sistema disciplinario tuvo lugar en el marco de la guerra fría, junto con el desmonte acelerado del colonialismo. El *New Deal*, en esta fase de industrialización, propició la producción especializada de las diferentes piezas que conformaban un producto en diferentes países, para obtener el producto final en el ensamblaje, marcando una diferencia fundamental con la primera etapa de la industrialización.

Las fábricas de cada país, por lo menos en cuanto a ideología, aplicaban los tres elementos del pacto: taylorismo, fordismo y keynesianismo. Con esto, los trabajadores mundiales, tenían acceso a todos los beneficios de la explosión económica de los años dorados, lo que los convertía, comúnmente, en consumidores de los productos de un capitalismo feliz y triunfante que se expandía sin cesar, en territorios y en bienestar.

El nuevo escenario global quedó definido y organizado principalmente según tres mecanismos: 1. El proceso de descolonización, que recompuso gradualmente el mercado mundial siguiendo ramificaciones jerárquicas desde los Estados Unidos; 2. La descentralización progresiva de la producción y 3. La construcción de un marco de relaciones internacionales que, en sus sucesivas evoluciones, extendió por todo el globo el régimen productivo disciplinario y la sociedad disciplinaria. (Hardt y Negri, 2015, p. 268)

En la misma expansión, éxito del *New Deal* y su modelo disciplinario, se encuentran las causas de su posterior insuficiencia. Los sujetos formados durante los treinta gloriosos disfrutaron de un bienestar jamás soñado por sus padres, esto les permitió desarrollar una visión crítica y rebelde con respecto a la disciplina, no aceptaron que el fin último de su existencia fuera, convertirse en sujetos dóciles y útiles, a cambio de una abundancia que daban por sentada.

Desde la perspectiva de la fábrica, la esencia de la disciplina era el intercambio de la fuerza de trabajo por salario. Mediante el sometimiento de las fuerzas del cuerpo, el sujeto disciplinado obtiene los recursos necesarios para su supervivencia y su bienestar «los salarios elevados de un régimen fordista, combinados con la asistencia estatal, se presentaban como las recompensas que recibirían los trabajadores por aceptar la aplicación de la disciplina, por entrar en la fábrica global» (Hardt y Negri, 2015, p. 271).

Las rupturas sociales y culturales del siglo XX son en buena parte, ocasionadas por la abundancia. Los hijos de los años dorados vieron garantizada su supervivencia en medio de lo que Lipovetsky

llama la «sociedad de la opulencia», y en consecuencia el sometimiento de su cuerpo ya no era considerado como necesario. Los sujetos desbordaron las posibilidades de la disciplina para someterlos, porque simplemente ya no estaban interesados en cambiar el uso de sus cuerpos por un bienestar que daban por sentado. En estas circunstancias, surgió la resistencia contra las disciplinas.

Detrás de la fachada de la división bipolar de EE.UU.-URSS, los inmensos movimientos de liberación podían discernir un único modelo disciplinario y, contra él luchaban, de manera más o menos ambigua, más o menos engañosa, pero aun así real. Esta inmensa subjetividad nueva estaba señalando y creando la necesidad de un cambio de paradigma. (Hardt y Negri, 2015, p. 274)

Mientras emergían de la colonización y alcanzaban la modernidad, esas inmensas fuerzas subjetivas nuevas comprendían que *la tarea primaria no era entrar en la modernidad, sino escapar de ella*. (Hardt y Negri, 2015, p. 274)

Hobsbawm encontró que, los estallidos de rebelión hacia el final de los años dorados, en especial el movimiento de mayo del 68, involucraban un profundo cambio cultural incrustado en los jóvenes de los años sesenta, como consecuencia de la vida fundamentalmente diferente que vislumbraban, gracias a los cambios en sus condiciones económicas, debidas al capitalismo de los años dorados. Un espíritu de renovación, que tenía que ver con una consecuencia insospechada del triunfo del sistema capitalista, con respecto a lo que hoy llamamos estilo de vida, la búsqueda del significado de la vida más allá de la subsistencia, búsqueda que, en esencia es permitida sólo cuando el capitalismo es exitoso en la distribución de los beneficios.

Las rupturas sociales que, acontecieron a las generaciones finales de los años dorados, explican el desinterés del modelo disciplinario para las nuevas generaciones pues, los logros de sus padres les permitían asomarse a una nueva vida y, negar un mundo de dificultades, escasez y muerte, del cual ya no sabían nada. Esas nuevas generaciones no podían ser gobernadas ya bajo el modelo disciplinario, pues esperaban de la vida más que la abundancia y comodidad que sus padres tanto habían luchado, y esto creaba la necesidad de modificar una vez más el capitalismo, para darle cabida

a sus ideas y a sus capacidades en el mundo, y de paso, por supuesto, dominarlos. Hardt y Negri satisfacen la pregunta por lo que ofrece la sociedad de control. Se trata de una forma de dominio, que es aceptada por generaciones que no habrían aceptado la disciplina.

Los movimientos de estas subjetividades deseosas, forzaron la marcha del desarrollo y, proclamaron que no había manera de volver atrás. En respuesta a estos movimientos, que tuvieron lugar tanto en los países dominantes como en los subordinados, había que proponer una nueva forma de control que pudiera establecer dominio sobre lo que ya no se podía controlar mediante la disciplina. (Hardt y Negri, 2015, p. 279)

Tanto los autores de *Imperio* como Hobsbawm, coinciden en atribuir al triunfo del capitalismo industrial, las razones del decaimiento del modelo disciplinario, sin embargo, vale la pena profundizar en los cambios acaecidos en la concepción de la vida de la generación de posguerra pues, en ese cambio de vida, está la clave de la adopción masiva de internet y del éxito de Facebook.

### **Rupturas y transformaciones sociales del siglo XX,**

El modelo económico que condujo a una extensión del *New Deal* en los países cercanos ideológicamente a los Estados Unidos, impulsó una época de bienestar y riqueza sin precedentes. Esa riqueza, en manos de toda una sociedad, generó a su vez una serie de cambios sociales que tampoco tenían precedentes en la historia de la humanidad. Estas rupturas pueden agruparse en tres categorías: Social, cultural y tecnológica.

En la primera, están incluidas las estructuras tradicionales y generales de la sociedad y, comprende el cambio en la composición del campesinado frente a la población urbana, la primera masificación en la educación universitaria -frente a la educación como privilegio de unos pocos-; el desvanecimiento de la conciencia de clase obrera y finalmente, el rediseño del papel de la mujer en la sociedad. La categoría cultural se ocupa del cambio en la concepción de la individualidad contemporánea. Los procesos descritos en estas rupturas modifican la relación de los sujetos con los grupos sociales que los albergan y las posibilidades de sentido de sus vidas.

Se trata de tres rupturas: en primer lugar, la ruptura del lazo existente entre el individuo y la familia tradicional y, del sentido de su identidad por la pertenencia a la misma; además, la progresiva identificación de los sujetos jóvenes como una clase en sí misma, en donde la identidad del sujeto tiene un papel mucho más fuerte que cualquiera que haya tenido en relación a otras estructuras tradicionales y; finalmente, la rebeldía individual, entendida como la negativa de los sujetos a recorrer los mismos caminos de sus mayores en sus búsquedas personales, que converge como se verá, en la aparición de la innovación y renovación en todos los aspectos de la vida como, el ideal de las nuevas generaciones.

Por último, en la tercera categoría, se agrupan aquellas rupturas originadas por la aparición e implantación de nuevas técnicas que redefinen la relación del hombre con el trabajo y la producción. Estas rupturas incluyen: la tercera revolución industrial de cuenta de la informática, la automatización de los procesos banales o repetitivos con la consiguiente pérdida de empleos no estratégicos, la desaparición del propietario en las compañías -y con él, el responsable visible del accionar de las mismas- y la aparición de una nueva división del trabajo en la que los países ricos se encargaron del diseño y del *marketing*, mientras que, la producción de los objetos, se traslada a los países pobres.

Los tres procesos de transformación del siglo conducen a la aparición de la forma social contemporánea, a la mutación del capitalismo que Michael Hardt y Antonio Negri denominan *Imperio*, y que lleva la impronta de la sociedad de control. En el análisis de esas rupturas comienza a vislumbrarse un cuadro de la sociedad que requiere de Internet y de Facebook, cuadro en el que las líneas de fuga son las crisis que conducen a la sociedad de control.

### ***La Revolución Social***

Cuatro grandes cambios marcan este período, durante el cual ocurre la «transformación social mayor y más intensa, rápida y universal de la historia de la humanidad» (Hobsbawm, 2000, p. 291).

La urbanización del mundo y la muerte del campesinado, la revolución en la educación y el auge de las profesiones liberales, la crisis de la conciencia del proletariado y la revolución femenina.

Como lo recuerda Hobsbawm (2000, p. 296), después de Segunda Guerra mundial, el vínculo que unía a la humanidad con la tierra se quebró. Los campesinos migraron masivamente a las ciudades que, terminaron albergando por primera vez en la historia, a la mayor parte de la población mundial. Los campesinos se transformaron en obreros debido a la ingente cantidad de mano de obra demandada por la gran explosión económica. Los salarios aumentaron en comparación a los salarios rurales y a los propios de las clases obreras de antes de la guerra. Además, la creciente tecnificación del campo facilitó enormemente las labores agrícolas, disminuyendo su dependencia del trabajo humano intensivo y, reemplazándolo por la dependencia de métodos científicos, maquinaria agrícola y el desarrollo químico; que facilitó el incremento en la productividad de alimentos, mediante el desarrollo de abonos y control de amenazas.

El segundo gran cambio es la masificación de la educación, que pasó de estar reservada para una minoría, a ser un bien de acceso relativamente masivo. De acuerdo con Hobsbawm (2000, p. 298), mientras que, antes de la segunda guerra mundial los tres países más desarrollados del mundo sumaban unos 150.000 estudiantes universitarios -el 0,1% de la suma de sus poblaciones-, para 1960 la cantidad de universitarios se había cuadruplicado, en un fenómeno que ya alcanzaba inclusive a países no avanzados.

El acceso a la educación superior se convirtió en el principal mecanismo de movilidad social. Las familias, ahora urbanas, con unos ingresos saneados por el acceso de las madres al mercado laboral, otorgaron a sus hijos la posibilidad de acceder a conocimientos y entrenamientos que antes les estaban vedados, y que, además, eran demandados por una industria redefinida.

La gran expansión económica mundial hizo posible que un sinnúmero de familias humildes -oficinistas, funcionarios públicos, tenderos y pequeños empresarios, agricultores y, en Occidente, hasta obreros

especializados prósperos- pudiera permitirse que sus hijos estudiaran a tiempo completo. (Hobsbawm, 2000, p. 300)

El auge económico, propició un incremento muy significativo de la proporción del proletariado en los países industrializados, incremento que, durante los años dorados, y pese a la modificación en la naturaleza del trabajo, fue absorbido por la demanda creciente del capitalismo triunfante. Sin embargo, la situación económica del mundo cambió en los años setenta y ochenta, pues, repentinamente se vieron en entredicho y luego, desaparecidos, todos los puestos de trabajo que habían sido creados en las décadas anteriores. Al tiempo que la economía crecía como nunca antes, la tecnología también lo hacía, y generalmente, en direcciones que suplían la necesidad de trabajo humano, como se verá posteriormente.

Pese a lo anterior, la crisis anunciada por Hobsbawm no era una crisis económica ni de empleo, era una crisis de conciencia de clase. Para él, desde finales del siglo XIX, la clase obrera había aprendido a «verse como una clase obrera única y, a considerar este hecho, como el más importante, con mucho, de su situación como seres humanos dentro de la sociedad» (Hobsbawm, 2000, p. 307). Teniendo en cuenta lo anterior y justo en el momento del regreso del paro, la pobreza y todos los problemas afiliados, que golpearon al mundo en los años ochenta, la idea misma de una clase social proletaria unida había desaparecido de buena parte del mundo.

Tres elementos habían confluído para crear conciencia de clase proletaria: la condición básica del obrero, el salario a cambio del trabajo y su origen común en la pobreza e inseguridad económica. La «segregación social», que se manifestaba en un «estilo de vida propio» y diferente en todos los aspectos -desde la ropa y su lenguaje, el acceso o el interés por la educación, las posibilidades de ascenso social, sus viviendas, gustos y entretenimientos, etc- a los de otras clases sociales. Finalmente, la colectividad, para Hobsbawm, el «predominio del “nosotros” sobre el “yo”». Estos tres elementos, a partir de 1945, fueron eliminados o minimizados, uno por uno.

El auge económico de la época, desmontó la idea de una pobreza compartida, a la vez que permitió a los hijos, no sólo el acceso a la educación sino una mayor movilidad social. «Desde el punto de vista de sus padres, y si eran lo bastante mayores para recordar, desde el suyo propio, ya no eran pobres. » (Hobsbawm, 2000, p. 309). En medio de esa mejoría económica, la clase obrera se subdividió en nuevas clases sociales, según el acceso a los beneficios de la época dorada, lo que generó amargas vigilancias mutuas en las que el «yo» sobre el «nosotros» tomó nuevamente un espacio social. Además, la tecnología del entretenimiento y las comunicaciones también contribuyó al desmonte del colectivismo, pues este era, en parte, una forma de entretenimiento que la televisión y la radio tornaron aburrido. En este contexto, las crisis de los 70 y 80 tomaron por sorpresa al proletariado, que no reaccionó como lo hicieron sus abuelos cuarenta años antes.

Por último, el ingreso masivo de las mujeres al mercado laboral tuvo un efecto enorme en la sociedad a partir de 1945 pues, cuando terminó la guerra, las mujeres no volvieron al hogar, ellas decidieron mantener sus puestos de trabajo. Pasaron del 14% en 1940 a un poco más del 50% en 1980 (Hobsbawm, 2000, p. 312) y al hacerlo, no sólo crearon una fuente adicional de ingresos para el hogar -que reforzaba el efecto de opulencia de la edad dorada-, sino que los ingresos adicionales, aportados por las mujeres, ampliaron y profundizaron la revolución educativa pues, la afluencia de nuevos recursos contribuyó en la decisión de muchas familias en las que mantuvieron a sus hijos como estudiantes de tiempo completo, en lugar de hacerlos contribuir con la economía familiar desde tempranas edades.

Entre las mujeres pobres o con dificultades económicas, las mujeres casadas fueron a trabajar después de 1945 porque sus hijos ya no iban. La mano de obra infantil casi había desaparecido de occidente, mientras que, en cambio, la necesidad de dar una educación a los hijos para mejorar sus perspectivas de futuro representó para sus padres una carga económica mayor y más duradera de lo que había sido con anterioridad. (Hobsbawm, 2000, p. 320)

La emancipación femenina, trajo consigo una renovación de los movimientos de «conciencia femenina» y, profundos cambios en la composición de la estructura familiar. En cuanto a las mujeres de clase media, el ingreso al trabajo tuvo un significado de carácter ideológico, pues «[...] les preocupaba con toda razón, la *igualdad* entre el hombre y la mujer [...]» (Hobsbawm, 2000, p. 319) y en consecuencia, el trabajar en lugar de permanecer en el hogar tenía un propósito liberador, permitía la obtención de un espacio propio y de una identidad adecuada.

### ***La Revolución Cultural***

Las tres rupturas que conforman la Revolución Cultural se caracterizan porque, a diferencia de las analizadas en la Revolución Social, su esencia no es la de los grandes bloques sociales que organizan la forma productiva de la sociedad, sino que están relacionadas con la identidad del individuo respecto a las instituciones que anteriormente definían el papel y el aprecio de un sujeto.

En términos del proceso que conduce a la sociedad postindustrial y al rechazo a la sociedad disciplinaria, son fundamentales tres momentos: la crisis y reinención de la familia, la aparición de la juventud como grupo social y el auge de la rebeldía, el populismo y el individualismo. Estos momentos permiten entender lo que Hobsbawm denomina como «*el triunfo del individuo sobre la sociedad* [cursiva añadida] o mejor, como la ruptura de los hilos que hasta entonces habían imbricado a los individuos en el tejido social» (Hobsbawm, 2000, p. 336).

La crisis de la familia tradicional, que aparece como proceso durante la segunda mitad del siglo XX, es fundamentalmente una *flexibilización y una ampliación*. Una flexibilización respecto de su composición tradicional y, una ampliación, por las posibilidades de afiliación de sujetos que antes, por sus condiciones privadas o sus circunstancias individuales, no tenían pertenencia real a un grupo familiar, en tanto grupo que los albergara.

La familia tradicional conservó una serie de características básicas a través de los siglos, características que, con evidentes variaciones, fueron comunes a gran parte de la humanidad. Hobsbawm menciona, a modo de ejemplo,

La existencia del matrimonio formal con relaciones sexuales privilegiadas para los cónyuges (el adulterio se considera una falta en todo el mundo), la superioridad del marido sobre la mujer (“patriarcalismo) y de los padres sobre los hijos, además de la de las generaciones más ancianas sobre las más jóvenes, unidades familiares formadas por varios miembros, etc. (2000, p. 323).

En esencia, la familia, era una institución conservadora, y con un único patrón aceptado. Cualquier transgresión a ese patrón único invalidaba, no sólo la composición de un patrón alternativo como familia, sino que, sumado a ello, convertía al transgresor en un sujeto con una carencia fundamental en su identidad como ser humano. Esta situación comenzó a cambiar a partir de la década de los cincuenta, y la crisis estuvo vinculada a los siguientes cambios culturales:

- La masificación del divorcio y su progresiva aceptación como comportamiento social.
- A mediados de los años 90, la cantidad de personas que declaraban no pertenecer a ningún grupo familiar, constituían el 22% de los hogares en Gran Bretaña (Hobsbawm, 2000, p.: 324).
- La liberalización de las prácticas y preferencias sexuales, y la aceptación progresiva de las familias compuestas por dos miembros del mismo sexo.
- La aceptación de la familia monoparental, que incluye como concepto revolucionario, a las familias constituidas por madres y padres solteros.
- Las configuraciones familiares que no están ligadas a la presencia de padres biológicos, como el caso de los abuelos que crían y educan a los nietos o tíos que se encargan de sus sobrinos.

El segundo momento, cuando aparece la juventud como grupo social, se caracteriza por el surgimiento de la «conciencia propia» de los jóvenes, motivada por las diferencias en las condiciones de vida que estos tuvieron, respecto de las vidas de sus padres y abuelos.

Los grandes cambios de los años dorados y, en especial, las mejoras en casi todos los aspectos materiales de la vida, crearon para los jóvenes un mundo que carecía de referentes comunes que los vinculasen con las generaciones anteriores. Por un lado, el acceso masivo a la educación universitaria, en donde los grupos de jóvenes de orígenes muy diversos se encontraron y reconocieron, crearon vínculos que a su vez hicieron propicio un nuevo sentido de identidad en los sujetos. Esto, sumado a la crisis de la familia, erosionó la idea de pertenencia e identidad principal de un hijo frente sus padres y hermanos y, dejó a los jóvenes en libertad para encontrar nuevas afiliaciones. Hobsbawm identifica tres características fundamentales de la «nueva cultura juvenil».

En primera instancia, la comprensión de la juventud como culminación del desarrollo humano. Pues, antes de la revolución de la juventud, la adolescencia y los primeros años de la adultez eran considerados como parte de un proceso de preparación para la vida, del cual había que salir lo más pronto posible. La juventud no era un fin en sí misma, y mucho menos, considerada la etapa dorada de la vida de las personas. Con la revolución de la juventud, esta se convirtió en un ideal *desprovisto de edad* y, en esa condición, pasó a reformar al mundo. Ser joven se convirtió en la máxima aspiración y ser viejo se convirtió en una tragedia que había de ser evitada a toda costa, o por lo menos, retrasada.

Este ideal está relacionado con el auge de la cultura deportiva, el cuidado personal y la *cultura del narcisismo*, y también, explica por qué los jóvenes no suelen aceptar el liderazgo de nadie mayor de treinta años. Esto a su vez da cuenta del desmonte progresivo de la gerontocracia, que ha habitado el mundo político y, el aplauso generalizado ante los menores de cuarenta años que logran posiciones destacadas en los negocios, los gobiernos o en la industria.

El culto a la juventud se alimenta a sí mismo pues, mas allá de que a efectos reales una generación permanezca en la etapa de juventud unos pocos años, el *ideal* de la juventud no sólo recibe nuevos batallones constantemente, sino que las generaciones que van dejando atrás su época dorada conservan muchas de las costumbres, ideas y sobre todo los patrones de consumo de sus años mozos, que es especial importancia, como se verá a continuación.

Segundo, la juventud se convirtió en el objetivo primordial del mercado. Se trata de una característica derivada de la anterior y, que existe, por el efecto doble del culto a la juventud. Por un lado, la juventud comprende una «masa concentrada de poder adquisitivo», que puede acceder a productos culturales, gracias al pleno empleo y al auge económico de los años dorados. Por otro lado, las generaciones de adultos que van siendo expulsadas de entre las filas de la juventud, conservan los fundamentos culturales de la experiencia juvenil, es decir, se comportan y consumen, como jóvenes y para mantenerse jóvenes.

Otro elemento que promueve a la juventud como consumidora fundamental es su relación con la tecnología pues, las sucesivas oleadas de revoluciones técnicas entrañan un reto mayor para las generaciones que no crecen con cada renovación tecnológica y, en cambio, son naturales en aquellas que si lo hacen. Con ello se genera un efecto en el que los hijos conocen mejor las nuevas técnicas que sus padres. «Lo que los hijos podían aprender de sus padres resultaba menos evidente que lo que lo que los padres no sabían y los hijos sí.» (Hobsbawm, 2000, p. 328). En consecuencia, las nuevas oleadas de dispositivos electrónicos, de tecnologías de comunicación, y de formatos de entretenimiento masivo, encuentran sus mercados naturales entre los jóvenes, quienes se encargan de suavizar la adopción de ellas por sus padres.

Por último, se impone una hegemonía cultural mundial que, si bien no es en sí misma nueva, sí presenta un esquema de expansión novedoso. De nuevo, las tecnologías innovadoras, que cada generación adopta, juegan un papel importante en la expansión de la cultura juvenil. Mientras que en

las generaciones previas a la edad de oro, el principal vehículo de hegemonía cultural fueron las películas de cine, especialmente de Hollywood, las nuevas generaciones han empleado sucesivamente a la radio, la televisión, las grabaciones musicales en formatos físicos y luego digitales, las redes sociales, las redes de universidades y el turismo internacional como mecanismo para la expansión de su cultura propia; todo ello, de la mano de «la moda en la sociedad de consumo que ahora alcanzaba a las masas, potenciada por la presión de los propios congéneres» (Hobsbawm, 2000, p. 329).

El tercer momento está marcado por la aparición de la rebeldía, el populismo y el individualismo. La primera, entendida como una actitud de búsqueda de renovación permanente, no necesariamente política, sino cultural y social, de crítica hacia lo que ya existía, y por supuesto, de denuncia hacia las generaciones anteriores y a lo que estas habían logrado y dejado de hacer, especialmente con respecto a los padres. La rebeldía, al igual que el mercado juvenil, y por las mismas razones, siempre está renovándose, con cada oleada de jóvenes que ingresa en el grupo social y así los aspectos que son objeto de la furia de la rebelión cambian con cada generación.

Pero la rebeldía juvenil que surgió durante estos años, tuvo además un componente cultural insospechado. La aparición de lo que Hobsbawm denomina «populismo», entendido no como una forma de gobierno, sino en relación con la implantación de la cultura pop; una inversión en los valores que hasta el momento habían sido la norma para la adopción de la moda, los gustos y las costumbres entre las personas jóvenes.

En efecto, los gustos populares se formaron a partir de la observancia de aquello que se consideraba moda entre las clases altas. Los jóvenes de clases bajas, procuraban parecer respetables y, en consecuencia, sus gustos y las producciones culturales tendían a promover los valores específicos que otorgaban una suerte de respetabilidad. Esto cambió durante los años cincuenta con la llegada, de las nuevas corrientes en los gustos musicales, proceso que se aceleró y profundizó durante los sesenta y setenta con la adopción, entre los jóvenes de clase media y alta, de las ropas, las músicas y los hablares

de los jóvenes proletarios: *jeans*, botas de trabajo, rock. La causa fundamental, el llamado a las trincheras de la rebeldía, que ha constituido el hilo conductor entre las rebeldías de todas las generaciones, consiste en la liberación; liberación personal en primer lugar, pero liberación de la sociedad como consecuencia de la primera conquista: «La liberación personal y la liberación social iban, pues, de la mano, y las formas más evidentes de romper las ataduras del poder, las leyes y las normas del Estado, de los padres y los vecinos eran el sexo y las drogas» (Hobsbawm, 2000, p. 334).

En la doctrina de la liberación personal, se vislumbra la necesidad de del capitalismo de adaptarse y que conduce a la sociedad de control. Las primeras víctimas de la rebeldía han sido las instituciones de la sociedad disciplinaria -los sitios de encierro-, es decir, la familia, la escuela, la fábrica. El gran reto para el capitalismo, consiste en encontrar estrategias para conservar la producción de beneficios, y de dominio, a partir de una materia prima que no está dispuesta a someterse a las disciplinas.

Para la situación anterior, la sociedad de control es la respuesta. Daniel Cohen, en *Tres lecciones sobre la sociedad postindustrial* (2007), elabora un análisis sobre la aparición de la juventud «como fuerza social autónoma» a partir de una fecha hito, mayo del 68. Él asocia el ascenso de la juventud como el momento de inicio del individualismo, momento en el que, además, se verifica el rompimiento o la rebelión contra la sociedad de control, «Mayo del 68 es el momento en que los estudiantes impugnan a la sociedad jerárquica legada, padecida por sus padres. La ecuación “salario igual obediencia” les parece inaceptable. Esta protesta es un rasgo común de todos los países industrializados» (Cohen 2000, p. 44). Finalmente, las instituciones de la sociedad disciplinaria son las que reciben el impacto de la rebeldía juvenil y su vocación iconoclasta:

Ese hito marca una ruptura indiscutible en el funcionamiento de las instituciones que fueron expuestas a su venganza: la familia, la fábrica o la escuela. Esta crisis las conduce de una posición donde su legitimidad es innata a otra donde debe ser adquirida. En el lenguaje de los economistas, cada una se vio sumergida en un entorno más competitivo, en el que se perdió el monopolio de su autoridad. Quedarán profundamente afectadas, padeciendo una mutación casi genética que les permitirá adaptarse a ese nuevo entorno. Las familias se

recomponen, la escuela da paso a la pedagogía, la fábrica comienza su proceso de tercerización. A semejanza de Ford cuando hace trabajar a los inmigrantes que no saben ni leer ni escribir, *la sociedad progresivamente va a aprender a hacer trabajar a una juventud rebelde que, en este caso, está escolarizada.* [cursiva añadida] (Cohen, 2000, p. 45).

### ***La revolución tecnológica***

El panorama productivo e industrial del siglo XX fue también reconfigurado durante los complejos procesos de cambios sociales y culturales. Se trata de cuatro grandes transformaciones que conducen al capitalismo contemporáneo y que son posiblemente, más fáciles de comprender por su relación con la actualidad, pero que, en realidad, están íntimamente relacionadas con las transformaciones sociales y culturales anteriormente discutidas.

La irrupción de las tecnologías informáticas constituye el hito de esta revolución pues, no solo cubre masivamente al mundo de la producción y de la industria, sino que lo funde con la vida cotidiana y el consumo. La llamada tercera revolución industrial acontece hacia el final de los años dorados y es de alguna manera, la revolución apropiada por los sujetos contemporáneos. Es «Nuestra revolución» según lo afirma Cohen (2000, p. 25).

En principio, esta revolución modifica tres aspectos del mundo empresarial, para luego permean todos los aspectos de la vida cotidiana. En primera instancia, modifica los procesos empresariales internos, a saber, la manera en que las compañías controlan sus tareas, y que abarca desde la planeación hasta la producción, el ensamblaje, los procesos de inventario, procesos contables y procesos comerciales. En el corazón de esa transformación residen las capacidades contemporáneas de la producción personalizada, que dirige las tendencias del consumo; así como la capacidad de satisfacer una demanda extremadamente compleja, mediante el control de la producción y de los inventarios, según los datos recabados del mismo consumidor.

La revolución informática permite una versión acelerada y comprimida de esos procesos y, acarrea consigo, una sustitución progresiva de los trabajos, que hasta el momento solo afectaba a los trabajos rutinarios pero que pronto afectaría también a las labores estratégicas. Estos intervienen en los mismos, con el fin de reducir los costos de producción, fenómeno que se revisará con más detalle en la siguiente ruptura, la revolución del trabajo humano.

La revolución informática trae consigo una transformación -y frecuentemente, disrupción- de los modelos de negocio corporativos, respecto de la forma en que las empresas diseñan sus estrategias orientadas a la generación de ingresos y al control de costos, surgiendo así nuevos tipos de compañías y negocios que innovan y, en ocasiones, destruyen industrias establecidas -la industria fotográfica y la industria discográfica tradicionales, los servicios de correo, el transporte público, la hotelería, entre otras-. En general, esta transformación tiende a derribar el papel tradicional del intermediario en todo tipo de negocios y, proporcina una conexión directa entre el consumidor y el proveedor, propiciando lo que actualmente se conoce como *economía colaborativa*».

Finalmente, la revolución informática modifica la manera en que las compañías se relacionan con sus compradores y la imagen que ellos se hacen de la empresa. La «experiencia» de consumo se transforma por medio de páginas web y redes sociales y es, gracias a las redes computacionales que se establecen las nuevas formas de publicidad y *marketing*; que asentadas en la detección temprana de los gustos e inclinaciones de los compradores, materializan la tercera cualidad de la sociedad de control, el *marketing* como instrumento de control social.

Esta tercera revolución industrial se origina en parte, debido al espíritu de rebeldía e innovación de los jóvenes hijos de los años dorados, sujetos nativos de las revoluciones culturales y sociales del siglo XX, e influenciados en especial por aquellas relacionadas con la educación, la familia y la juventud como clase social. Debido a esto, estos jóvenes encontraron en la informática una

herramienta para construir su propio mundo y, materializar en él sus obsesiones, que son esencialmente diferentes a las de sus padres.

No se puede comprender claramente la evolución tecnológica que conoció el mundo industrial desde el comienzo de la década de 1970 si no se advierte que sus pioneros son los mismos baby-boomers que hicieron mayo del 68. Los estudiantes educados en la cultura contestataria de los campus norteamericanos de la década de 1960 van a encontrar el medio de quebrar la estandarización del mundo creado por sus padres precisamente a través de la informática. (Cohen, 2000, p. 47)

La apropiación de las tecnologías por parte de un grupo tan específico de sujetos, permitió que su uso hiciera de ellas, máquinas de producción de subjetividad. En el núcleo de internet, de Facebook, de la masificación de la computación; se encuentra el espíritu de rebeldía juvenil, pues esas herramientas deben interpretarse como una creación de la juventud, que se rebela contra la disciplina y sus instituciones, juventud que origina la sociedad de control.

Otro aspecto relevante dentro de la llamada revolución tecnológica se relaciona con las transformaciones a la naturaleza del trabajo humano. A medida que el valor del trabajo crece, pues según Cohen, cuesta siete veces más un empleado no cualificado hoy que hace cien años, se genera una relación directa entre, la supresión de empleos no esenciales y la maximización de los resultados financieros. Por otro lado, el sistema de trabajo humano ha sido revolucionado por un nuevo paradigma, que demanda del trabajador «la utilización de todas las competencias humanas» (Cohen, 2000, p. 29).

El uso de todas las facultades de una persona elimina, progresivamente, la necesidad de la aplicación del taylorismo, es decir, la productividad supeditada a la simplificación extrema de las tareas y su asignación a los «segmentos menos dotados de la sociedad»; que son, en resumen, las personas sin entrenamiento fabril. A partir de esta revolución en el paradigma, la realización de una cantidad de tareas simultaneas por parte de los empleados, reduce los costos, y esto solamente es posible debido a la tecnología.

Muchos trabajos pueden ser eliminados, no sólo por la automatización -que también apela al ocio como sueño humano-, sino porque los trabajadores *calificados* pueden cubrir varias posiciones que antes realizaban múltiples empleados. Las secretarías, por solo mencionar un ejemplo, desaparecen en la sociedad postindustrial, sus servicios ya no son necesarios pues, los directivos ya no requieren que les tomen recados o que gestionen sus agendas; gracias a las máquinas contestadoras, a los teléfonos móviles, al *email*, pueden hacerlo ellos mismos. Tampoco precisan labores de mecanografía, porque los procesadores de texto eliminan virtualmente cualquier error en la digitación. El desarrollo de estas tecnologías, convirtió al empleado en su propia secretaria.

Un administrador de un local comercial es a la vez vendedor, gerente, ayudante y bodeguero. La revolución del trabajo humano implica que se pierda el sentido de algunos postulados, principios sobre los cuales se construyó la segunda revolución industrial como la organización científica del trabajo. Y con esta carencia de sentido se genera que, millones de puestos de trabajo sean eliminados, sin que se presente una alternativa económica que sea a su vez moralmente aceptada; como en el caso reciente del referendo en Suiza, que pretendía garantizar un ingreso básico a todos los nacionales y que fue rechazado en las urnas por el 77% de la votación (BBC, 2016).

Estos dos aspectos tienen una incidencia directa en el crecimiento exponencial del sistema financiero, cuyos productos han experimentado un crecimiento exponencial desde el final de los años 80, reemplazando una parte sustancial de PIB de los países industrializados, y con ello, se alteró la realidad laboral de los trabajadores del sector real. En esencia, la disrupción financiera conlleva al desvanecimiento de la propiedad de las compañías; esto debido a que en el lugar donde se situaba el dueño, definidor de la impronta ética y moral de la empresa, ahora hay un vacío, pues, la propiedad es anónima.

Las acciones y títulos de propiedad de las compañías son propiedad de fondos de inversión, de ahorro, de pensiones, que no tienen mayor interés en el objeto social de la empresa sino en sus

resultados financieros de corto plazo. En ese sentido, las asambleas de accionistas nombran a los gerentes de las empresas, que serán recompensados principalmente con paquetes accionarios, convirtiéndolos en capitalistas de corto plazo. Durante la década de los 80, estos gerentes tuvieron la urgente tarea de crear valor para sí mismos y sus accionistas. Ellos actuaban profesionalmente. Lo hacían cuando recortaban las plantas de personal y los beneficios; también actuaban profesionalmente cuando buscaban febrilmente la tercerización de las tareas no esenciales, es decir, aquellas que no pertenecían al *core* del negocio. Su papel consistía en eliminar cualquier obstáculo que se presentase en la búsqueda del valor, y por ello se vieron inmunes a cualquier reconvención sobre las consecuencias de su accionar.

Los compromisos implícitos, que habían sido adquiridos por los patrones durante los años dorados, y que incluían desde altos salarios, pasando por beneficios y primas, hasta sistemas de restaurantes y de entretenimiento para las familias de los empleados, desaparecieron pues «La revolución financiera de la década de 1980 creó valor anulando una cantidad de compromisos implícitos.» (Cohen, 2000, p. 52). Este compromiso conocido como *paternalismo*, se formaba con los restos de la mezcla de taylorismo, fordismo y keynesianismo, y era un compromiso nunca escrito según el cual, el dueño de la compañía buscaba el bienestar de sus empleados.

### ***La nueva división del trabajo***

En la nueva división de trabajo se termina de vislumbrar la mutación del capitalismo a la que alude Deleuze en la Postdata sobre las sociedades de control. Para él, el nuevo capitalismo está menos interesado en la fábrica y en el proceso de manufactura, que en la «superproducción» y en la venta de servicios. El capitalismo evolucionado ya no adquiere materias primas para su transformación en mercancías. Ahora, recibe mercancías y las convierte en algo más, y en ese proceso de conversión existe marcada diferencia entre el papel que desempeñan los países ricos y los países pobres, que termina por especializar efectivamente a los primeros, en las tareas de mayor valor, dando pie a que

«En la nueva división internacional del trabajo, los ricos tienden a vender bienes inmateriales y a comprar bienes materiales» (Cohen, 2000, p. 74).

Esta situación se explica mediante el esquema de producción contemporáneo, y que tiene tres etapas. En primer lugar, el «diseño hacia atrás», una forma de diseño centrada en la comprensión científica de las *necesidades* del cliente. A través toda una batería de herramientas técnicas y sociales, los productos y servicios son diseñados con un elevado grado de certeza respecto a su aceptación en los nichos del mercado capitalista, nichos que el capitalista se ha propuesto conquistar. De esta manera, se controla la incertidumbre, el riesgo financiero y se elimina en buena parte y, en medida que herramientas como el *neuromarketing* se conviertan en habituales, la libertad de los individuos que ahora se llaman consumidores.

La segunda etapa es la de fabricación, la cual, dentro de la globalización, deja de ocupar el lugar primordial que disfrutaba en el capitalismo tradicional. En efecto, «La etapa intermedia —la de la fabricación— ya no es esencial y puede ser tercerizada» (Cohen 2000, p. 74). En esta delegación de la fabricación a terceros, se privilegia el control sobre los costos, sin embargo, la calidad del producto es exigida, ya que el capitalista puede elegir a cualquier fabricante, siempre que este le asegure determinadas medidas de calidad. Esto es posible por tanto la fabricación es una actividad no es esencial, que en propiedad, no agrega valor al producto final; y por lo que no sólo es tercerizada, sino que las empresas -y países- que intervienen en ella, inclusive aquellas de gran desarrollo tecnológico, reciben un porcentaje mínimo respecto de lo de lo que es generado en las transacciones de productos y servicios. La tercerización es la esencia de la nueva globalización, y en ella los países ricos se encargan de la primera y tercera etapa, mientras que, en el sistema global, el tercer mundo se encarga de la manufactura.

La tercera de las etapas del capitalismo es el posicionamiento en el mercado, e incluye, no solo la distribución de los productos, sino muy especialmente el *marketing* y la publicidad. En un sentido más bien amargo, en las *imágenes* producidas por esa tercera etapa también hay globalización:

Aunque la globalización no derrama espontáneamente la prosperidad material en el conjunto de los países pobres, difunde, sin embargo, sus imágenes. En efecto, existe una diferencia fundamental entre la globalización presente y las pasadas: cada uno puede convertirse en espectador de un mundo en el que, con mucha frecuencia, no puede participar como actor. (Cohen 2000, p. 76).

El tercer mundo difícilmente puede acceder a los beneficios del primero, pero le son impuestas las mismas aspiraciones.

### **Conclusiones**

Desde la perspectiva del individuo, el siglo XX es un período extraordinario. Comienza con la institución disciplinaria gozando de buena salud, y las catástrofes de las guerras mundiales aplacadas producto de la implantación de esta institución en todo el planeta. Sin embargo, y pese a que el fin de la Segunda Guerra mundial y la reconstrucción del mundo traen una época de prosperidad conocida como Los Años Dorados que, suponen la culminación de la sociedad disciplinaria al convertir al planeta en sociedad-fábrica, se genera una brecha infranqueable entre los individuos y la organización social del pasado. Los años dorados representan la época de transición, en la que los sujetos van renunciando a ser controlados mediante la disciplina, en buena parte debido al éxito sin precedentes de un capitalismo que distribuye sus beneficios.

Los nuevos individuos se caracterizan en sus búsquedas personales, que son más relevantes que las estructuras tradicionales de la sociedad. Ya no se encuentran a sí mismos en la familia milenaria o en la lucha por la supervivencia, ahora son rebeldes e ilustrados. La innovación -a través de la tecnología, pero de manera no exclusiva- y el cambio permanente son las técnicas de las que se sirven para encontrar su lugar en el mundo. Ahora no son útiles en la cadena de montaje y, exigen cambios

en la naturaleza del trabajo. Son sujetos internacionales, indiferentes a las fronteras y a las localizaciones, pues se reconocen por sus gustos e inquietudes, mismas que comparten con otros sujetos en cualquier parte del planeta, y no por habitar un pequeño territorio común con ellos. Consumen.

Estos nuevos sujetos propician una reconfiguración del capitalismo y dan pie a la sociedad de control porque «el proletariado verdaderamente inventa las formas sociales y productivas que el capital estará obligado a adoptar en el futuro» (Hardt y Negri, 2015, p. 291). La forma probable de ese nuevo capitalismo es el asunto del siguiente capítulo.

## Capitalismo contemporáneo

En lo tratado anteriormente, se da cuenta sobre cómo, las generaciones de la posguerra, en una búsqueda de liberación y de sentido, rechazaron paulatinamente la normalización disciplinaria, y se vio cómo ese rechazo, impulsó la aparición de la sociedad de control como reacción del capitalismo.

Para los fines aquí perseguidos, es necesario revisar, además, las explicaciones proporcionadas por Hardt y Negri con respecto al tránsito del modelo de sociedad disciplinaria a sociedad de control pues, su visión, ofrece una explicación adicional sobre la conveniencia, para el capitalismo, de la adopción de esta última forma social, en cuanto a limitaciones intrínsecas que la disciplina impone a la expansión del mercado.

Para los autores de *Imperio*, la sociedad disciplinaria es sólo una etapa intermedia en la realización del mercado global que es el fin último capitalista. La forma social disciplinaria, responde a un modelo de capitalismo *imperialista*, según la acepción decimonónica, modelo que contiene por lo menos una contradicción fundamental en su seno: en el proceso de la realización del mercado global, el imperialismo divide al mundo en territorios y dominios, constituyendo así las mismas talanqueras que impiden la realización del mercado global. Para trascender esas barreras, el capitalismo debe desmontar el modelo imperial, diluir las fronteras y los dominios, en un único mercado, destruir las divisiones entre lo interior y exterior.

En ese proceso, las disciplinas deben modificarse puesto que, contienen en su misma naturaleza la separación de los espacios, separación que debe ser allanada. El capitalismo buscará deshacerse de las disciplinas tanto como lo harán los sujetos mismos y es, en esa paradójica causa común, en donde se reconstruye el capitalismo contemporáneo. En las secciones siguientes se efectúa un análisis de esa forma de capitalismo y de sus efectos sobre el comportamiento de los individuos.

## *Imperio*

El adecuado funcionamiento del capitalismo global requiere del desmonte progresivo de la institución del Estado-Nación, para ello se necesita una sustitución de fronteras de todo tipo - arancelarias y aduaneras, sociales y culturales, administrativas y políticas- por un paraje homogéneo, en el que las mercancías, los servicios y las capacidades fluyan sin restricción. La lógica imperante en ese paraje, es la del mercado y, la vida de los sujetos se organiza en torno al consumo. «La soberanía ha adquirido una forma nueva, compuesta por una serie de organismos nacionales y supranacionales unidos por una única lógica de dominio. Esa nueva forma global de soberanía es lo que llamamos *Imperio*» (Hardt y Negri, 2015, p. 14), y ante la pérdida de relevancia del Estado como organizador de la sociedad, vislumbra un tejido conformado por empresas que actúan globalmente, y que gestionan, no sólo la producción y los parámetros de consumo, sino también la vida social misma.

La necesidad de reemplazar el modelo disciplinario por el del control, es producto del detrimento en la relevancia que poseía un mundo dividido en Estados-Nación. Para Hardt y Negri, *Imperio* es la culminación de la sociedad de control como manifestación definitiva de la biopolítica, es decir, la administración de los sujetos. Para ellos, la biopolítica incluye a la subjetividad (Hardt y Negri, 2015, p. 53), pero para Byung-Chul Han (2014, p. 42), el control del componente subjetivo requiere otro sistema político, que él denomina psicopolítica. Según Hardt y Negri, «El poder se expresa pues, como un control que se hunde en las profundidades de las conciencias y los cuerpos de la población y, al mismo tiempo, penetra en la totalidad de las relaciones sociales. » (Hardt y Negri, 2015, p. 45). En suma, el poder que emana esta forma del capitalismo, cubre todas las manifestaciones del quehacer humano.

Las políticas neoliberales de los años ochenta, buscaron otorgar al sistema económico herramientas suficientes para contrarrestar la inflación y controlar el gasto a través de la disminución en los impuestos, que financiaban el funcionamiento de un Estado ineficiente, burocratizado y corruptible según el juicio neoliberal. Las políticas económicas, agrupadas bajo el concepto

«adelgazamiento del Estado», obligaban a la tercerización de muchas funciones tradicionales de este. Los Estados delegaron sus funciones en una miríada de empresas privadas, que asumieron la prestación de servicios y la garantía de derechos como el mantenimiento del orden por el monopolio de la fuerza, el diseño centralizado de la ley, la vigilancia social, la regulación de las instituciones financieras, la dirección de la educación, la administración de la salud, las redes de seguridad social incluyendo las instituciones para las pensiones de vejez y jubilación; otrora en poder exclusivo del aparato estatal. Así, «Durante el apogeo de los teólogos del mercado libre, el Estado se vio minado también por la tendencia a dismantelar actividades hasta entonces realizadas por organismos públicos, dejándoselas “al mercado”» (Hobsbawm, 2000, p. 424). Aunque para Hardt y Negri el desmonte del Estado-Nación es un proceso que inició con la invención de instituciones supranacionales como la Liga de Naciones, o la ONU, tanto ellos como Hobsbawm coinciden en definir el reemplazo de las estructuras estatales por empresas privadas, como el paso definitivo en la transformación del Estado-Nación:

[El Estado-nación] estaba perdiendo el monopolio de la fuerza y de sus privilegios históricos dentro del marco de sus fronteras, como lo muestran el auge de los servicios de seguridad y protección privados y el de las empresas privadas de mensajería que compiten con los servicios postales del país, que hasta el momento eran controlados en todas partes por un ministerio. (Hardt y Negri, 2015, p. 45)

Compañías como Apple, Netflix, Uber y airbnb son objeto de debates regulatorios alrededor del planeta. Los modelos de negocio de esas compañías no sólo trascienden fronteras estatales, sino que su expansión global no requiere una infraestructura física que las ordene a las fronteras y regulaciones nacionales, ni a las disposiciones de los encierros disciplinarios, como licencias de operación, constitución legal o una significativa presencia corporativa en los países en que desembarcan. Sus negocios se efectúan sin necesidad de establecer relaciones de propiedad sobre los medios de producción, como es el caso de Uber, por ejemplo, que no es dueño de la flota de vehículos con que presta el servicio. Debido a esa posibilidad de encontrarse desligados del componente territorial,

superan, en parte, las capacidades de control del Estado-Nación, que suelen estar supeditadas a la presencia física. Además, las empresas en cuestión operan desde el ciberespacio, por lo que no son objeto de impuestos en los países donde llevan a cabo sus actividades, lo que da pie a grandes preguntas con respecto a las instituciones que dependen de esos ingresos para su financiación<sup>3</sup>.

En *Imperio*, «Las enormes empresas transnacionales construyen el tejido conectivo fundamental del mundo biopolítico en muchos sentidos importantes» (Hardt y Negri, 2015, p. 52). El sistema formado por las corporaciones transnacionales define la esencia de la vida humana, regula gran parte de los apetitos, sueños, frustraciones y aquello que nos convierte en personas. Ese tejido conectivo, no aparece como una presencia temporal con el fin de asegurar la extracción de los recursos naturales del pasado industrial. Las empresas ya no desembarcan en las geografías para obtener materiales y devolver mercancías, acatando, mal que bien, las prescripciones de los Estados en los territorios que afectan:

Las actividades de las grandes empresas ya no se definen en virtud de la imposición de un dominio abstracto y la organización del simple saqueo y el intercambio desigual. Antes bien, son empresas que estructuran y articulan directamente los territorios y las poblaciones. Tienden a convertir los Estados-Nación en meros instrumentos que registran los flujos de mercancías, monedas y poblaciones que aquellas ponen en movimiento. (Hardt y Negri, 2015, p. 52)

La reducción de funciones del Estado y la creciente importancia del sistema económico como regulador del sistema social, configuran el sistema de dominación que Hardt y Negri denominan

---

<sup>3</sup> Un ejemplo adicional para ilustrar este punto es el debate que se ha llevado a cabo el congreso colombiano, sobre la posibilidad de emitir leyes que obliguen a Netflix a pagar impuestos en el territorio colombiano, que serían destinados en principio, a la financiación de los canales de televisión estatales y regionales. El argumento se desarrolla así: si Netflix termina eventualmente por eliminar a las compañías de televisión por cable que pagan impuestos, los canales regionales perderán su principal fuente de financiación, y, en consecuencia, el proveedor de contenidos digitales debe contribuir a paliar los daños ocasionados por esta situación. En este debate ingenuo puede vislumbrarse la fricción entre el antiguo y desacreditado orden del Estado-Nación, que se presenta como las empresas de telecomunicaciones, y la comunicación de masas de una sola vía, su principal mecanismo de control, y el nuevo orden desterritorializado, desregulado y cacofónico de *Imperio*. (Revista Semana, 2015).

*Imperio*. Este sistema se configura alrededor de cuatro variables: Descentralización, atemporalidad, paz perpetua y control biopolítico.

La descentralización y la desterritorialización son procesos que evidencian la crisis de los Estado-Nación y facilitan la expansión permanente del *Imperio*. Esta nueva forma del orden mundial no está localizada geográficamente, no requiere de una sede de gobierno, ni de un liderazgo visible, mucho menos de una intención ni un programa. Es un dominio fluido, que no se impone, no desconoce o destruye a los Estados, y no representa una revolución. El *Imperio* permea, usando «identidades híbridas, jerarquías flexibles e intercambios plurales a través de redes de mando adaptables» (Hardt y Negri, 2015, p. 15). No admite límites en su expansión porque no está definido por ellos, y no sólo en términos globales, sino también en medio de las ciudades y de la vida cotidiana. En efecto, la crisis de los espacios de encierro, ya identificada por Deleuze, es extendida por Hardt y Negri a los Estados como tal, entendidos aquí como macroencierros.

Al no estar ligado a la historia, el *Imperio* es atemporal. No se impone mediante la guerra o la conquista, no ha llegado a ser, no pueden asirse sus etapas constitutivas. Se *presenta* como un orden que siempre ha existido y, como el estado lógico y deseable de cosas. Destruye el viejo debate entre el capitalismo y el comunismo, pues el *Imperio* se promueve como el orden natural, que no tiene alternativas ni sustitutos.

Para su funcionamiento, el *Imperio* requiere la imposición de una paz perpetua, atemporal y global. Para Hardt y Negri, esta paz perpetua es una maniobra que poco o nada tiene que ver con la realidad, pues Imperio está bañado en sangre, pero su lucha ideológica es la de la paz. El sentido último de esta paz es el triunfo del consumo y del flujo irrestricto de los bienes. En el Imperio, cada problema y cada conflicto se soluciona mediante el consumo pacificador.

A diferencia del orden envejecido del Estado-Nación, en donde el objeto de control es el comportamiento de los sujetos, esto es, la gestión de los cuerpos; en *Imperio* el objeto de control es

la totalidad de la vida social. Como bien lo expresan Hardt y Negri (2015, p. 47), «*Imperio* no sólo gobierna un territorio y a una población, también crea el mundo mismo que habita. No sólo regula las interacciones humanas; además procura gobernar directamente toda la naturaleza humana»

El momento actual del capitalismo se representa como un paisaje en el que se han atenuado las prerrogativas de los Estados-Nación, donde, en su lugar ha aparecido una entidad difusa, descentralizada, desprovista de territorio denominada *Imperio* y, destinada a cumplir la misión última del capitalismo. Esta entidad está conformada por la red de organismos -empresas, asociaciones, causas-, que actúan coordinadamente bajo una única lógica -la del consumo- y que, paulatinamente va reemplazando al Estado y a la sociedad.

Esa entidad actúa sobre los individuos a través del biopoder, regulando y dominando todos los aspectos de la vida. El dominio se impone por medio de la forma social del control en la que, los individuos, operan suponiendo que cada vez, adquieren mayor libertad para actuar. Sin embargo, la nueva forma de dominación actúa en un nivel más profundo pues, esta moldea e impulsa los deseos, los sueños de los sujetos. Las aspiraciones de los individuos se equiparan completamente a las aspiraciones de *Imperio*, es decir, de las instituciones-empresas.

En ese proyecto que constituye *Imperio*, las empresas ocupan el lugar del desarrollo de la subjetividad, que culmina con la implantación del control biopolítico; el alcance de *Imperio*, de la mano de las industrias es total:

Los grandes poderes industriales y financieros producen, entonces, no sólo mercancías, sino también subjetividades. Producen subjetividades que a su vez son agentes dentro del contexto político: producen necesidades, relaciones sociales, cuerpos y mentes, lo que equivale a decir que producen productores. (Hardt y Negri, 2015, p. 53)

En síntesis, el capitalismo contemporáneo se caracteriza en el reemplazo o minimización progresiva de los Estados-Nación, por entidades-empresa que operan sobre los territorios,

conformando un tejido que cubre al mundo bajo la lógica del consumo y, donde el control se manifiesta como intervención en las motivaciones individuales, las cuales deben desembocar, de una u otra forma en el consumo-control, pues el individuo cumple su papel con respecto a la sociedad cuando soluciona sus asuntos mediante el consumo.

La ley, en este escenario, pierde paulatinamente el sentido acostumbrado, y la imposición de la paz junto con la idea del orden, se van modificando. En este contexto, vigilar significa progresivamente, vigilar el consumo. Antes de entrar en un análisis de las nuevas formas de la vigilancia en el capitalismo contemporáneo, es importante analizar la forma en que el *marketing* opera como instrumento de control para la producción de subjetividades.

### ***Marketing y subjetividad en el capitalismo contemporáneo***

Bajo *Imperio*, el comercio impulsa la multiplicación de las diferencias. Desdibujar las fronteras no significa una homogeneización de la cultura o la producción, pues *Imperio* no busca limitar el catálogo comercial a unos pocos productos controlados, por el contrario, el capitalismo contemporáneo persigue el fomento de los nichos de mercado, en los cuales, empleando la rebeldía de los sujetos así como la búsqueda de estos, de identidad permanente y cambiante en torno al consumo, el *Imperio* incentiva las diferencias, con el fin promover el consumo de bienes y servicios. Las revoluciones de la sociedad postindustrial permiten que, las empresas, hagan alarde de una infinita capacidad de personalización de los productos, y la paz perpetua de *Imperio* implica que, todas las diferencias son bien recibidas, haciendo innecesario el recurrir a la violencia para reivindicar diferencias políticas, sociales y culturales; pues siempre hay un producto destinado a la satisfacción de cada grupo humano (Hardt y Negri, 2015, p. 170).

El imperativo que rige a los sistemas productivos no es otro que producir *para las diferencias*. Cada producto o servicio debe poder adaptarse a los caprichos y deseos de los consumidores en sus lenguajes, estilos, y funcionalidad. Debe ser evitada fervientemente, la exclusión de cualquier grupo

humano y, sortear con éxito, los retos que suponen apelar a la imaginación de cada uno de esos grupos. En consecuencia, el *marketing* defiende y da lugar a las diferencias, pues el movimiento de la economía se fortalece en torno a los nichos en la medida en que todas las diferencias participan del consumo mundial:

Poblaciones cada vez más híbridas y diferenciadas presentan un número creciente de «mercados puntuales» a los que hay que dirigirse con estrategias de marketing específicas: una para varones gay latinos de entre dieciocho y veintidós años, otra para adolescentes chinas estadounidenses, etcétera. El marketing posmoderno reconoce la diferencia de cada mercancía y de cada segmento de la población y adapta sus estrategias de acuerdo con tales diferencias. Cada diferencia es una oportunidad. (Hardt y Negri, 2015, p. 172)

En las fases anteriores del capitalismo, el papel fundamental del *marketing*, consistió en contener los deseos de consumo según las posibilidades de la producción, además de compeler los anhelos de los consumidores al inventario existente. Para ello recurría, por un lado, al pragmatismo de la época en el consumo utilitario, que tenía como finalidad, no solo el facilitar la vida cotidiana, sino la diferenciación social. En ambos casos, el papel del *marketing* consistió en generar deseo por determinado objeto, tal como es, esto en el contexto de un capitalismo en donde la producción se ubicaba en el centro del sistema y el *marketing* en la periferia. Lipovetsky, evocando a Galbraith, aclara la visión tradicional de este mecanismo, según el cual, «Es imperativo programar las necesidades, impedir que las compras estén a merced de los gustos individuales y de la casualidad, encargándose a gran escala de la propia demanda» (Lipovetsky, 2006, p. 163).

El *marketing* contemporáneo, actúa cada vez más, como instrumento de vigilancia y no solo como coacción. Los modos de consumo han cambiado sustancialmente, resultado de la modulación propia de la sociedad de control y, de las revoluciones postindustriales, que habilitan la «economía de la variedad». Por esto y, aun cuando los objetos y servicios que se compran, siguen brindando soluciones sobre asuntos prácticos o sociales, los individuos, hoy en día adquieren algo que trasciende al objeto. El papel del *marketing* es construir conocimiento e información de cada individuo-consumidor.

En la era de las diferencias, el *marketing* tiene la tarea de dirigir la producción, pues, al identificar nichos de mercado y deseos individuales, a los que el capitalismo responde con productos específicos, la «comercialización moderna de las necesidades, articulada por una lógica desinstitucionalizada, subjetiva y emocional» (Lipovetsky, 2006, p. 36), se transfiere desde la periferia al centro de la vida empresarial. La centralidad del *marketing* en la sociedad de control, es explicada por Gilles Lipovetsky a través del reconocimiento de tres clases de consumo: Consumo de Experiencias, Consumo Hedonista y Consumo Ontológico.

En el primer grupo se conjugan dos tendencias: por un lado, toda operación comercial, sin omisión alguna pese a su pedestre status, debe estar acompañada de una experiencia memorable. Esta experiencia se obtiene en la asimilación de la compra con la configuración de un ceremonial, cuyos participantes son el comprador y el comercio. Esta ceremonia incluye, tanto el producto en sí mismo, como otras capas de la operación comercial, es decir, el acto de desenvolver el producto adquirido, las sensaciones que despiertan, entre los compradores, al ingresar a un local comercial, sensaciones, diseñadas para el estímulo de todos los sentidos humanos, por lo que, en un local comercial, más allá de la decoración tradicional, se encuentran aromas representativos, sonidos, luces y otros elementos del denominado *Marketing Sensorial*.

El paso del tiempo en relación con la vivencia humana es también objeto de consumo. Todo lo que un ser humano puede experimentar y constituye el estar vivo puede ser, en esta fase, un objeto comercial. En esta categoría, están incluidos los viajes como creación de recuerdos y vivencias:

No se trata ya sólo de vender servicios, hay que ofrecer vivencias, de lo inesperado lo extraordinario, capaces de generar emoción, proyección, afectos, sensaciones. En beneficio de la fase III, la civilización del objeto ha sido reemplazada por una economía de la experiencia, vale decir de la diversión y el espectáculo, del juego, el turismo la distracción. (Lipovetsky, 2006, p. 57)

En etapas anteriores del capitalismo, se evidenciaban formas de consumo orientadas a la adquisición de estimación por parte del otro, consumos que pretendían la admiración y el reconocimiento. Estas formas, que aún existen y que se han sostenido durante décadas, materializadas en marcas *exclusivas* y productos de élite, son perfeccionadas ahora, por un consumo enfocado en la satisfacción enteramente individual, en otras palabras, es un acto de hedonismo, centrado en la satisfacción y cuidado de sí, que se lleva a cabo en la adquisición de estas formas de consumo. El cuerpo adquiere un nuevo significado en medio de la sociedad de control pues, se trata de un elemento de la vida, que puede ser gestionado por su propio poseedor como un patrimonio más, y es en este sentido, un vehículo del placer; frente a la anterior administración por parte del poder, para la obtención del cuerpo como herramienta.

En el ideal personal de felicidad, mediante el consumo materializado en los productos y servicios para el cuidado del cuerpo, la religión del deporte y el *fitness*, la búsqueda de la belleza, la salud como administración personal, y sumado a las búsquedas privadas en cualquier categoría que los individuos puedan perseguir, desde el conocimiento y la cultura, el logro, el poder personal, hasta los placeres sexuales y psicodélicos en donde se configura la biopolítica. Lipovetsky sintetiza así este modo de consumo, pues «Lo que sostiene la dinámica consumista es la búsqueda de la felicidad privada» (2006, p. 38).

Por último, y a través del Consumo Ontológico, se resuelven también las necesidades de los sujetos en su búsqueda de identidad e individualidad. La identidad como necesidad de pertenencia a un grupo humano, se compensa mediante la afiliación de los sujetos a las marcas comerciales, que adquieren ahora un valor particular en tanto, son elecciones propias de los individuos y no fruto de la herencia, la tradición familiar o cualquier otra consideración externa a la voluntad. Las marcas reemplazan construcciones sociales que previamente actuaban como orientadoras en la construcción de la individualidad.

El miedo a no encajar ha sido desplazado por el miedo a ser insuficiente, pero no se ha hecho menos inquietante por ello. Los mercados de consumidores intentan capitalizar ese miedo, y las empresas que producen bienes de consumo compiten por el estatus de empresa más fiable para guiar y ayudar a sus clientes, inmersos en un esfuerzo sin fin por superar el reto. (Bauman, Lyon, 2013, p. 42)

Mientras que, bajo el esquema disciplinario, la construcción de la identidad estaba ligada a la tradición; en la actualidad es deber de los sujetos construir sus propias afiliaciones. La selección de productos y marcas sirven para este propósito, porque los sujetos pueden reconocerse parte de algo en la medida que se presentan mutuamente, como una señal tribal, el logotipo o marca de sus productos elegidos, porque:

La marca exhibida es subjetivadora, pues manifiesta, aunque sea en la ambigüedad, una apropiación personal, una búsqueda de individualidad, así como un deseo de integración en el grupo de los iguales, un yo que reivindica, a los ojos de todos, los signos de su apariencia. (Lipovetsky, 2006, p. 46)

El paso a la sociedad de control, asigna a los individuos la responsabilidad de construir su propia individualidad, desprovistos ahora de los cimientos que en etapas anteriores del capitalismo servían a ese fin, como lo eran la pertenencia a un Estado-Nación, la familia, el gremio. El consumo en esta nueva lógica promueve un sentido del yo, pues «En la búsqueda de las cosas y las diversiones, el Homo Consumericus, de manera más o menos consciente, da una respuesta tangible, aunque sea superficial, a la eterna pregunta: ¿Quién soy? » (Lipovetsky, 2006, p. 40).

La experiencia de la vida, la felicidad personal y la individualidad-subjetividad, son las esferas de acción del consumo, es decir, prácticamente la totalidad de la existencia humana puede resolverse mediante el consumo de productos y servicios. Existe un hilo conductor entre los tres tipos de consumo, que podría definirse como velocidad. El ritmo acelerado de las operaciones comerciales hace de la *posesión*, un mecanismo de consumo muy lento, y explica, la transición en la venta de productos a la venta servicios, que ya observó Deleuze en su *Postdata*, pero que también, explica el

paso de los servicios a las experiencias como centro de la operación del *marketing*. La vida misma requiere de experiencias continuamente renovables, y el consumo adquiere así su máxima velocidad.

El paso de los productos prácticos a los emocionales, en donde los artículos de consumo trascienden lo físico, requiere por parte del *marketing*, una dotación de meta-sentido, lo que Lipovetsky denomina consumo de «segundo grado». En el capitalismo contemporáneo, el valor está fijado por la narrativa que se asocia a los objetos, estos ya no son meramente utilitarios o pragmáticos, sino dadores de sentido. Así, para facilitar su propia vigilancia, el *marketing* debe construir esas narrativas que son, al final, el producto mismo.

La operación del *marketing* exige un conjunto de técnicas para la comprensión de las motivaciones, los deseos y los pensamientos de los consumidores y, otro para la construcción del segundo grado o narrativa que dote de ese sentido adicional a la simple utilización de un objeto. El primer grupo de técnicas, conocidas como Conocimiento del Consumidor, emplea dispositivos tradicionales, es decir, encuestas de mercado; sin embargo, es cada vez más habitual que, las empresas, recurran a técnicas sofisticadas y sutiles, por ejemplo, la exploración de los centros de placer del cerebro ante productos de consumo, conocido como *neuromarketing*.

El segundo grupo comprende las técnicas publicitarias. La publicidad es, en la forma del capitalismo contemporáneo, una narrativa que, si bien se construye alrededor del producto, lo trasciende. Su función es conferir deseo y emoción al acto comercial, de modo que, el individuo adquiera el sentido adicional que se incorpora a su vida. La narrativa publicitaria cambia al producto, pues «ya no se trata tanto de vender un producto como un modo de vida, un imaginario, valores que desencadenan una emoción: lo que se emplea cada vez más para crear la comunicación es una relación *afectiva* con la marca» (Lipovetsky, 2006, p. 88). Las narrativas publicitarias se aseguran que los productos, incluyan en sus características funcionales tanto las respuestas prácticas como las

existenciales, a las inquietudes de los sujetos, siguiendo la misma vía del capitalismo actual, en el que la operación de consumo, pretende resolver, prácticamente, la totalidad de las vidas humanas.

La publicidad, en efecto, ha pasado de ser una comunicación construida alrededor del producto y sus beneficios funcionales a ser una serie de campañas que difunden valores y una visión que pone el acento en lo espectacular, la emoción, el segundo grado, y en cualquier caso en significantes que sobrepasan la realidad objetiva de los productos. (Lipovetsky, 2006, p. 41)

Por consiguiente, las narrativas publicitarias, construyen imaginarios que sustituyen a los del orden anterior –el estado-Nación- y, los individuos contemporáneos, pierden paulatinamente los marcos referenciales originados en la tradición y, se identifican cada vez menos como pertenecientes a una nacionalidad, a una clase social, a un partido político, como empleados o como miembros de una familia.

La publicidad construye nuevas identidades que el *marketing* deja disponibles para que ahora, en lugar de ser una herencia o un destino inevitable, los individuos elijan sus afiliaciones y diseñen sus subjetividades, que por supuesto, pueden y deben ser alteradas o sustituidas cuando el sujeto lo estime conveniente, con lo que, la construcción permanente de la identidad individual es parte de la modulación de la sociedad de control. El mecanismo de control social previsto por Deleuze se establece cuando los sujetos son provistos por el *marketing* con una amplia gama de opciones para que elijan su individualidad.

En resumen, las técnicas del *marketing*, potenciadas ahora por la informática, configuran el empleo sofisticado y consciente de la vigilancia, en la cual rastrear y definir los nichos de mercado que deben constituirse en consumidores, es fundamental. Comprender los comportamientos de los individuos para clasificarlos y, de cierta manera, aislarlos en los pasillos de los comercios diseñados *a la medida*, buscando la maximización del potencial de consumo, por parte de sujetos minuciosamente analizados es la impronta de la vigilancia social. Así, lo declaran Bauman y Lyon, citando trabajos de Oscar

Gandy y Mark Andrejevic: «en el *marketing* a partir de bases de datos, el objetivo es hacer creer a los clientes potenciales que son importantes cuando lo importante es clasificarlos y, por supuesto, sacarles más dinero en las futuras compras» (Bauman y Lyon, 2013, p. 63).

Los individuos se construyen a sí mismos bajo las insinuaciones y modulaciones del mercado que, sirviéndose de las técnicas de conocimiento del consumidor, del *marketing*, se configura un dispositivo que observa, clasifica y define a los individuos. Para luego, a través de otro juego de herramientas técnicas, el *marketing* construye los vínculos emocionales que el capitalismo contemporáneo, eliminó de las obsoletas instituciones del Estado-Nación y del orden tradicional.

### **Conclusiones**

Hoy es aceptado que, el capitalismo cambia, evoluciona y se adapta a las condiciones sociales, culturales y económicas, que podrían eventualmente, impedir la influencia del mismo en el conjunto social. El siglo XX experimentó cuatro evoluciones del capitalismo, evoluciones que sirvieron como respuesta a los fenómenos, esos que, con frecuencia, eran consecuencias de él mismo. Luego de la profunda reconfiguración que el periodo de los años dorados llevó a cabo sobre la sociedad, que hizo insuficientes a las anteriores disciplinas; surgió la sociedad de control, como una maniobra capitalista en medio de la tercera evolución. Así, la sociedad de control responde a una doble necesidad del capitalismo contemporáneo que, por un lado, representa una forma de dominio aceptado por las nuevas generaciones y además, que encausa la predecible rebeldía de estas *dentro* del sistema capitalista.

Bajo la aparente libertad del control, los sujetos se orientan hacia el consumo y la productividad. Las anteriores expansiones del capitalismo, se presentaron inmersas en un sistema de divisiones de todo tipo, incluidas las territoriales del Estado-Nación. Estas divisiones, que buscaban el orden y la racionalización, impiden en los tiempos presentes la constitución final del mercado mundial pues, las fronteras de cualquier tipo -no sólo límites nacionales-, impiden el flujo de capitales, deseos,

mercancías, influencias, y servicios. La sociedad de control es un instrumento adicional en la superación de esas segmentaciones pues, su esquema modulado derriba divisiones de todo tipo y promueve, la aceptación y protección de las diferencias, no solo sociales sino culturales, cuando estas permiten incrementar el consumo, nutriendo la expansión de los nichos de mercado.

El resultado de estas evoluciones es la aparición de un dominio benévolo e inconspicuo, que los sujetos confunden fácilmente con sus inclinaciones personales y sus búsquedas individuales, En efecto, el capitalismo contemporáneo no se limita al control físico de los sujetos, ni trata tampoco, como en el pasado, de crear cuerpos dóciles que operen la maquinaria productiva pues, el capitalismo de *Imperio*, busca ejercer el control de los deseos y dirigir la interioridad, tanto de los sujetos, como de sus cuerpos. Se trata de un dominio que aspira a cubrir la totalidad del aparato social

De esta manera, el orden es absoluto. El sistema de dominio no sólo determina que producir, sino que establece lo que es deseable consumir y de paso, construye las subjetividades a partir del consumo mismo. Los sujetos contemporáneos, consumen para encontrar su identidad y además, resuelven todas las posibles inquietudes personales así como sus rebeldías mediante el consumo.

Donde antes hubo ideales y rebeldía, ahora hay glorificación del *entrepreneurship*. Cuando antes las juventudes luchaban por la liberación, hoy son los adalides de la innovación tecnológica. La espiritualidad ingenua de los hippies fue reemplazada por una obsesión sobre la creación y recreación de la subjetividad que, en un cambio permanente, alienta al *marketing* como herramienta de control.

Dentro de este marco habilitante es posible efectuar un análisis sobre Facebook. La red social como tal, se constituye como el arquetipo de la comunicación capitalista contemporánea. Su estructura descentralizada es accesible independiente de la localización territorial, asistiendo con ello al derrumbe de los espacios de encierro y, además, desconoce al Estado– Nación. La red social constriñe al consumidor a fomentar él mismo el consumo y, de la misma manera en que lo hace el capitalismo contemporáneo, se alimenta de las diferencias existentes entre grupos de personas,

diversidad que no solo alienta, sino que incita su aceptación. Facebook hace parte de la estructura de comunicaciones de *Imperio* y, desde esa perspectiva, transporta sus intereses y construye subjetividades. La exploración de las formas de vigilancia social que se habilitan en Facebook, son objeto del presente texto, y el asunto de las páginas siguientes.

## **Segunda parte**

Panóptico y sinóptico en Facebook como dispositivos de vigilancia social

## **Vigilancia social en el capitalismo contemporáneo**

El capitalismo de *Imperio* sustituye progresivamente, a la institución del Estado-Nación. Este la reemplaza con un sistema inasible, desregulado y sin fronteras; en donde el consumo, ocupa muchos aspectos de la interacción social. El *marketing*, al ejercer un tipo especial de vigilancia y, construir mediante la publicidad los imaginarios que permiten el agrupamiento, reconocimiento y distinción de los individuos, se ocupa del control. La sociedad de control se articula en el cambio de énfasis del control que se transfiere del Estado-Nación al *marketing*.

La sociedad disciplinaria, que alcanzó su estadio de máxima expansión en el final de los años dorados, empleaba el dispositivo panóptico como sistema central de vigilancia. Los espacios de encierro, fundamentales para la implantación de las disciplinas, seguían en esencia, las disposiciones de la mirada vigilante. Para Foucault, las disciplinas y la vigilancia, a través de la observación son inseparables:

El ejercicio de la disciplina supone un dispositivo que coacciona por el juego de la mirada; un aparato en el que las técnicas que permiten ver inducen efectos de poder y donde, de rechazo, los medios de coerción hacen claramente visibles aquellos sobre quienes se aplican. (Foucault, 2009, p. 200)

Por su parte la sociedad de control, elimina progresivamente los espacios de encierro y, en consecuencia, debe procurarse herramientas adecuadas para la vigilancia de los sujetos. El capitalismo contemporáneo estimula la modulación permanente de todas las estructuras sociales, del comportamiento de los individuos y de su constitución como sujetos. El control social ya no se enfoca en la producción, ahora lo hace en el consumo.

Una de las consecuencias producto de la transición a la sociedad de control es que, las anteriores instituciones de vigilancia abandonaron sus territorios y dominios. El progresivo desmonte de la organización en cuadrículas, dejó a los sujetos en parajes de aparente libertad, situación que es reforzada a su vez por, la entrega de las antiguas prerrogativas del Estado-Nación a entidades privadas

y grandes corporaciones y, en estas circunstancias, la regulación del comportamiento se comisiona a los sujetos mismos. Esta tendencia creciente es evidente en la gestión -mediante internet y redes sociales-, de los espacios abiertos, que no fueron dominados por las disciplinas pero que ahora, por su naturaleza intrínseca, son apropiados por el control.

Allí donde la institución desfalleciente del Estado-Nación no llegaba, esto es la vida *en sociedad*, los momentos de esparcimiento, la esfera privada, la subjetividad; pero que, debido a la intención del capitalismo contemporáneo de gestionar y organizar el conjunto de la sociedad, controlar se hace necesario. Por consiguiente, la vigilancia es distribuida entre los mismos sujetos que son vigilados, en un esquema, quizás más eficiente, que la antigua división binaria de vigilantes y vigilados. Los sujetos ahora, se convierten en vigilantes de sí mismos y de los demás.

Si bien la supervisión, censura y elogio del comportamiento de los demás miembros de la sociedad, acompañada de una crítica introspección, no es en sí misma nueva, la escala e intensidad de esa vigilancia, ejercida ahora por todos, todo el tiempo y, la modulación de las reglas que deben ser observadas, si resultan ser una novedad. En la naturaleza de la Vigilancia Social, como fenómeno de la sociedad de control, al sujeto no sólo le corresponde vigilar a los demás, sino también decidir si, un comportamiento determinado es correcto o no, y sin reglas fijas, esa conclusión varía permanentemente.

Es correcto preguntarse entonces, ¿sigue siendo el panóptico el elemento central de la vigilancia contemporánea? Es común afirmar que, los dispositivos electrónicos como internet y Facebook, operan bajo el modelo panóptico y frecuentemente, se comparan sus operaciones digitales - erróneamente- con las del Gran Hermano de Orwell. De aceptarse la comparación con la obra 1984, es la tele-pantalla, dispositivo de vigilancia imaginado por el autor, el que hace de panóptico, mientras que, el Gran Hermano es un espectáculo, un dispositivo sinóptico.

Este trabajo busca demostrar que, en Facebook, se configura simultáneamente una forma del dispositivo panóptico y la técnica de control del sinóptico, apreciaciones que requieren una discusión, y que será el objeto de las páginas siguientes.

### **Panóptico**

El panóptico, fue concebido por Jeremy Bentham como una máquina que opera en virtud de un diseño arquitectónico, muy delimitado y bien conocido. Está compuesto de una torre central, que aloja a un vigilante, oculto detrás de visillos, y un anillo que rodea a la torre, con celdas incomunicadas entre sí, donde cada una de ellas alberga, bien sea a un prisionero, un operario o un paciente. Como diseño arquitectónico, el panóptico benthamiano no ha sido empleado, ni con frecuencia ni con exactitud pero la idea que lo alimenta y su modo de operación se convirtieron en el modelo fundamental de las disciplinas.

El panóptico, al que Foucault se refiere como una máquina, un mecanismo o dispositivo, es en realidad, una técnica para la obtención de un resultado. Su materia prima, los sujetos no controlados y, su producto, la maximización de los objetivos sociales. Por lo anterior se puede afirmar que, es de poca importancia si los sujetos estén encerrados en un edificio, con la disposición física del Presidio Modelo en Cuba; o en un salón de clases de cualquier institución anónima, que no presente la planta canónica del dispositivo. Más allá de los edificios, el panóptico se asume como una metáfora de vigilancia, cuando se produce bajo ciertas características, pues este «debe ser comprendido como un modelo generalizable de funcionamiento; una manera de definir las relaciones de poder con la vida cotidiana de los hombres» (Foucault, 2009, p. 237).

La esencia del panóptico es engañosamente simple. Su función es la de provocar, gracias a la vigilancia, un comportamiento por entero normalizado. No se trata de aislar o de castigar, sino de hacer que los individuos jueguen u operen, bajo el conjunto de reglas prescrito, según sean las diferentes relaciones de poder en las que están inmersos. Al propiciar condiciones beneficiosas, para

los individuos sometidos a la vigilancia panóptica, se minimizan los costos sociales y económicos asociados con la violencia y el sometimiento. La inducción del comportamiento se obtiene mediante una técnica articulada en tres componentes: Conciencia de la vigilancia, disociación de la mirada y aislamiento.

En primer lugar, el sujeto debe saber que es vigilado, o por lo menos que puede serlo. Esta conciencia de la mirada sobre sí, es el factor fundamental puesto que, genera en los sujetos, la adopción -y la aquiescencia, de los comportamientos deseados por el poder. Foucault es enfático en afirmar que, cuando la vigilancia es evidente, el sujeto es quien se controla a sí mismo:

El que está sometido a un campo de visibilidad, *y que sabe que lo está*, [cursiva añadida] reproduce por su cuenta las coacciones del poder; las pone en juego espontáneamente sobre sí mismo; inscribe en si la relación de poder en la cual juega simultáneamente los dos papeles; se convierte en el principio de su propio sometimiento (Foucault, 2009, p. 235).

Puede decirse entonces que, la base del dispositivo panóptico es la existencia evidente y manifiesta de una vigilancia que no cesa y, a la que no es posible ocultarle nada. En consecuencia, otras formas de vigilancia, como el espionaje industrial, la vigilancia detectivesca o la construcción de bases de datos masivas de carácter gubernamental, como lo es la de la *Stasi*, en la Alemania democrática; o las bases digitales de la NSA; no pueden considerarse como dispositivo panóptico.

No obstante, formas de vigilancia subrepticias, no panópticas, pueden acceder a esa condición con la simple revelación de su existencia. Por ejemplo, el sistema de vigilancia de tránsito, de la ciudad de Medellín, en su origen no era panóptico pues, la ubicación de las cámaras de vigilancia no era necesariamente, evidente a los transeúntes. Los infractores simplemente recibían el castigo, sin pasar por el proceso de hacerse conscientes de la mirada vigilante y, procurar, en consecuencia, reproducir las coacciones del poder por su propia cuenta. Cuando el gobierno de la ciudad decidió avisar con

señales, a 100 metros de distancia sobre la presencia de las cámaras, el sistema se convirtió, por lo menos en este aspecto particular, en un dispositivo panóptico.

En segundo lugar, el panóptico se caracteriza por la disociación de la mirada. El sujeto, objeto de la vigilancia, aun consciente de la mirada que recae sobre él, no puede observar al vigilante. Se crea entonces una asimetría en la información como fundamento del poder, y esto conlleva un efecto adicional: como el sujeto de vigilancia no puede observar a su vez al vigilante, no podrá saber con seguridad en que momento determinado es observado o no y, en consecuencia, de nuevo por un cálculo simple, el sujeto actuará como si siempre estuviera siendo escrutado.

Para finalizar, el funcionamiento del panóptico requiere el aislamiento de los sujetos de vigilancia. Debido a que, el objetivo de la disciplina consiste en minimizar los contactos inútiles y, maximizar el uso del tiempo, los sujetos disciplinarios verán reducida su capacidad para relacionarse entre sí. Este aislamiento está diseñado con el fin de propiciar el orden, la separación, la clasificación y la medición de los resultados. En otras palabras, se trata de facilitar la mirada, mirada que no puede operar sobre las masas informes. La *individualización* en el panóptico ideal debe ser total pero, en las circunstancias cotidianas de la sociedad disciplinaria, no puede afirmarse que ya haya sido aplicada estrictamente. En lugar de una separación inflexible de los individuos, otras técnicas contribuyen al propósito de la individualización, como lo son el examen, las planillas de reportes de productividad, la hoja de datos del paciente, entre otros.

Las tres características anteriores que forman la base del dispositivo panóptico, generan una serie de consecuencias tanto para los vigilantes como para los vigilados. Algunas de esas consecuencias son propias de la sociedad disciplinaria y de las etapas del capitalismo previas a *Imperio* y, como se verá más adelante, son situaciones que, en la sociedad de control y el capitalismo contemporáneo, van siendo trascendidas.

Una primera consecuencia de la implantación del dispositivo panóptico es la *anonimización del poder*, según el cual no se hace necesario que la vigilancia sea ejercida por un individuo determinado, lo que implica que, la identidad misma del vigilante se hace irrelevante para la operación de la máquina. Con ello, se obtiene una función social sustentada por el dispositivo y sus beneficios, y no una que tenga origen en determinada capacidad personal. El panóptico puede ser operado por cualquiera y, en este sentido, el poder es anónimo pues deja de ser ejercido por un soberano o una figura central que lo encarna y representa.

El panóptico, además, hereda de la disciplina una relación binaria de poder, a saber guardia-prisionero, médico-paciente, profesor-alumno, jefe-subalterno, en síntesis: vigilante - vigilado. Esta división facilita la identificación de los sujetos, según patrones de normalidad, por los cuales los individuos, dependiendo de su entorno, se clasifican como criminales o ciudadanos, sanos o enfermos, competentes o incompetentes, entre otros.

Los dos elementos mencionados se conjugan en una consecuencia formidable, el automatismo de las relaciones de poder. Ya no es necesaria la intervención violenta para obligar a los sujetos a comportarse y, esta automatización se magnifica cuando, además de evitar la coacción directa, hace innecesario el ejercicio de una vigilancia real o continua. La simple existencia del dispositivo, y su visibilidad, consiguen la anhelada docilidad. Foucault sintetiza magistralmente esta consecuencia cuando afirma que, la automatización del poder significa «Hacer que la vigilancia sea permanente en sus efectos, incluso si es discontinua en su acción» (Foucault, 2009, p. 233).

La operación automática del panóptico, puede aplicarse a cualquier tarea desde que haya labores para imponer sobre un conjunto, relativamente numeroso, de individuos. La operación es en esencia, escalable y constituye un sistema estándar, en el que simplemente, cambiando los ingredientes, es decir las tareas, sujetos, o capacidad de observación del vigilante; pero manteniendo la técnica, se hace polivalente.

Por medio de los cálculos que los vigilandos realizan respecto de los beneficios que les acarrea el sometimiento, el panóptico incrementa los resultados. Esta es una máquina que promueve la eficiencia y la productividad en la fábrica, la buena conducta en la prisión, la concentración y el aprendizaje en la escuela, la buena salud en los hospitales, y así, en cualquier contexto, dependiendo de los ingredientes mencionados. Además, Foucault no ahorra en demostraciones respecto del uso del panóptico para la experimentación de modelos sociales, con esto se convierte además, en un laboratorio de poder.

Finalmente, el panóptico se configura como un modo de operación general de la sociedad disciplinaria. Todas sus instituciones, de manera consiente o no, aplican los principios del dispositivo y reproducen sus beneficios. Debido a que el panóptico es «polivalente en sus aplicaciones» (Foucault, 2009, p. 238) y, a su capacidad de fundirse en el tejido social, gracias a su condición de dispositivo liviano, que minimiza la violencia del sometimiento y que además, tiene el efecto de amplificar los resultados de las disciplinas. La sociedad disciplinaria adaptó cada uno de sus sitios de encierro -la cárcel, pero también el hospital, la escuela, la fábrica y, el cuartel- al modelo panóptico. El campo de visión, la individualización y la asimetría en la información, se convirtieron en los componentes del diseño de cada una de las instituciones disciplinarias, en las cuales se buscaba acostumbrar a los sujetos de disciplina a estar sometidos siempre, es decir, al uso constante de sus cuerpos por parte del poder, pues sin importar el lugar o la actividad, a una mirada vigilante siempre escrutará sus actos, y ellos lo percibirán como normal.

### ***El panóptico en la sociedad de control***

Una estructura de vigilancia puede clasificarse como del tipo panóptico-clásico cuando cumple con tres condiciones: hay un campo de visión que es evidente, existe asimetría en la información y, se produce un proceso de individualización del sujeto vigilado. Sin embargo, en la sociedad de control, la metáfora del panóptico se ve retada por la condición de la modulación. Al prescindir

progresivamente de las zonas de encierro, la vigilancia en la sociedad de control amplía sus objetivos hacia los espacios abiertos.

El capitalismo contemporáneo de Imperio, busca la eliminación de las fronteras de todo tipo y, al hacerlo, derriba el antiguo funcionamiento desde las divisiones binarias. En estas circunstancias, una forma paradigmática de vigilancia en medio del control no debe presentar, ni las formas de la exclusión *ustedes-nosotros*, ni operar a través de la clasificación fija *vigilante-vigilado*. La forma más eficaz de ejercer la vigilancia consiste en, convertir a todos los sujetos en guardianes, y con la consecuencia inmediata según la que, todos los sujetos son también vigilados.

En estas condiciones, la asimetría en la información y la individualización, características operacionales del panóptico clásico, deben ser revisadas, pues ¿quién individualiza a quién? ¿quién sabe más sobre el otro?

Byung-Chul Han (2013, p. 87) confirma que, en el tránsito de las disciplinas al control, ha emergido un nuevo tipo de panóptico en el que, refiriéndose a la metáfora arquitectónica, se prescinde de la *perspectiva* de la mirada, propia del panóptico clásico. Se elimina la distancia entre la torre de observación, ubicada en el centro y, las celdas ubicadas en el anillo o en la periferia. En el panóptico no perspectivista, ambas estructuras se solapan; la vigilancia se ejerce desde todas partes y por todos los sujetos. Así, se trascienden efectivamente las distinciones binarias del capitalismo anterior y se destruyen las fronteras, además, se obtienen mejores resultados mientras se dispensan los costos propios de mantener un esquema centralizado de vigilancia.

La eliminación de la perspectiva obliga a que, para funcionar, el panóptico moderno tenga que actualizar los esquemas de individualización y de asimetría de la información de modo que, todos puedan estar en capacidad de individualizar a todos y, de obtener información sobre todos, sin perder la maximización de los objetivos sociales, por medio del autocontrol de los sujetos, en presencia del

campo de visión que ahora, es ejercido por todos. Para que esto ocurra ha de ser introducida una nueva técnica que Han ha denominado *Hipercomunicación*.

Con ello se elimina la perspectiva en el panóptico contemporáneo y se prescinde del aislamiento entre los vigilados. En los espacios abiertos y en la modulación permanente, aún es posible producir la individualización sólo que, esa posibilidad no está reservada ahora al guardián o al maestro; es una posibilidad efectiva de todos los sujetos, a la cual acceden alternada y continuamente. Para ello, el poder promueve la hipercomunicación, que posiciona como costumbre y compulsión de los habitantes de la sociedad de control.

Esta hipercomunicación consiste en la exposición voluntaria y permanente de la información personal y, en la promoción compulsiva de conexiones y contactos entre los individuos. Los sujetos contemporáneos van prescindiendo de la privacidad a medida que se adentran en el nuevo orden del control, en donde se hace *deseable* ser objeto de la mirada de los demás. Al exponerse unos a otros, la sociedad se hace *transparente* pues, el exceso de información sobre cualquier sujeto es ahora mandatorio y, desaparecen los espacios de no-visión.

Gracias a la transparencia, no hay rincones de la vida a donde la mirada vigilante de los demás no pueda llegar. La hipercomunicación genera transparencia social y, el sujeto hipercomunicado se distingue de la masa, se delinea, se hace nítido. La masa desaparece por el acceso constante a los datos y, por la producción constante de información pública hecha visible por cualquier sujeto. La hipercomunicación logra, según Han, el mismo efecto que la técnica del aislamiento, es decir, la individualización, clasificación y medición de los resultados, siendo diferente en tanto esta individualización no es impuesta por un aparato de poder binario y jerárquico, sino por los sujetos sobre sí y sus semejantes.

Una sociedad que hace de la transparencia su ideal es, aquella en donde se hace innecesaria la confianza y, se reemplaza con la exigencia de visibilidad permanente de todos y hacia todos; haciendo

a los individuos permeables a un flujo continuo de información sobre sí mismos y sobre sus actos, vigilantes -y vigilados- sujetos de la mirada controladora, todo el tiempo. Mientras la confianza permite espacios de no-control, que son en otras palabras, espacios de ausencia de conocimiento, la transparencia exige información total y permanente, pues «La transparencia es un Estado en el que se elimina todo no saber. Donde domina la transparencia, no se da ningún espacio para la confianza. En lugar de «la transparencia produce confianza» debería decirse: «la transparencia deshace la confianza» (Han, 2013, p. 91).

La antigua individualización del aislamiento panóptico se logra en la hipercomunicación que promueve la transparencia, con el apoyo de los mismos sujetos pues, cada uno se individualiza voluntariamente y espera lo mismo de todos los demás, en un proceso continuo de búsqueda definitiva de transparencia.

Esta peculiar forma del panóptico, propio de la sociedad de control, se construye mediante máquinas informáticas. Han, lo denomina *panóptico digital* y, en este dispositivo la colaboración de los sujetos habilita su operación pues, se exponen voluntariamente a la mirada de sus semejantes o de las empresas y sus productos. En la sociedad de control, ante el *panóptico digital* habilitado por la hipercomunicación, los sujetos sienten que son libres pues perciben como su decisión el sometimiento a la mirada vigilante de sus semejantes.

La sociedad del control se consume allí donde su sujeto se desnuda no por coacción externa, sino por la necesidad engendrada en sí mismo, es decir, allí donde el miedo de tener que renunciar a su esfera privada e íntima cede a la necesidad de exhibirse sin vergüenza (Han, 2013, p. 89)

La mirada reveladora, en consecuencia, con lo anteriormente expuesto, es conservada como fundamento, en ambas versiones del dispositivo panóptico. También, se mantiene la condición según la cual, la vigilancia ha de ser evidente pues, sólo así, y ante la posibilidad manifiesta de ser atrapado en la infracción -además de la conciencia del sistema de recompensas propio de la hipervisibilidad-

el sujeto modifica voluntariamente su conducta, anticipándose y evitando, las consecuencias de la infracción.

Sin embargo, y dado que en el *panóptico digital* desaparece la perspectiva y, se hace de todo sujeto a la vez vigilante y vigilado, la técnica para la individualización se altera, pues ahora consiste, en los sujetos haciéndose voluntariamente transparentes, por medio de la hipercomunicación y, de esa manera, permitiendo la mirada censora por parte de cualquiera que se interese en observar, como lo precisa Han, «la peculiaridad del panóptico digital está, sobre todo, en que sus moradores mismos colaboran, de manera activa en su construcción y, en su conservación, en cuanto se exhiben ellos mismos y se desnudan» (2013, p. 89).

Es, la cámara de seguridad, tal vez, el elemento más visible de la aplicación tecnológica a la vigilancia panóptica. Su presencia es ubicua en las ciudades modernas, en aplicaciones variadas que van, desde el control del tránsito hasta la vigilancia de espacios abiertos y, por la disuasión del accionar criminal en establecimientos comerciales, viviendas y edificios de todo tipo. Se trata sin duda de una vigilancia de tipo panóptico, siempre y cuando la presencia de las cámaras sea evidente para los transeúntes y, tiene como objeto, la gestión del comportamiento de los individuos.

Pero si bien, esta vigilancia se apoya en tecnologías digitales, su naturaleza es más bien de transición hacia el control pues, aún conservan como dispositivo, rasgos disciplinarios, es decir, las cámaras establecen una separación binaria entre los vigilados y los vigilantes y, aunque pueden operar en espacios abiertos, su disposición fija e institucionalizada parece buscar, una forma de normalización de la conducta que pueda actuar por fuera del encierro, creando muros y reflectores invisibles en las calles y los parques.

Por otro lado, la hipercomunicación aprovecha un tipo muy específico de cámaras, aquellas que son llevadas por los individuos en sus bolsillos, en tanto parte de sus teléfonos móviles, lo que alienta su uso cotidiano. A través de estas cámaras, los sujetos documentan sus vidas y el mundo que los

rodea, permitiendo la exposición de su esfera privada al escrutinio público. Al mismo tiempo, la cámara del teléfono móvil, hace de cada individuo un guardián potencial del panóptico, pues por medio de estos minúsculos dispositivos, cualquiera puede ejercer la mirada vigilante y controladora sobre cualquier otro sujeto, en cualquier momento y en cualquier lugar.

Existe un desplazamiento de la intención y el efecto entre la documentación voluntaria de la vida personal, y el ser capturado involuntariamente en un acto cualquiera por la cámara de un transeúnte desconocido, pero en las condiciones adecuadas, se materializa la hipercomunicación para ambas situaciones, y con ella, se abren las posibilidades para el *panóptico digital*.

Aún con la presencia generalizada de las cámaras personales, el control social, producto de la hipercomunicación no se materializa sin la *exposición* de los materiales captados por estas. La vida capturada en los dispositivos móviles sigue perteneciendo a la esfera privada hasta el momento en que se ofrece a la mirada y el escrutinio de los demás. Aunque ese acto de exposición puede ocurrir de diversas maneras, incluyendo reproducciones privadas y difusión en medios de comunicación tradicionales, como la televisión o la prensa; la publicación en internet es la única forma que adquiere rasgos de cotidianidad. Los sujetos pueden exponer sus asuntos privados en las redes sociales todo el tiempo y, esa condición de continuidad, de hábito, no es común en los medios de comunicación tradicionales.

En este sentido, la hipercomunicación requiere una continuidad de la exposición, pues esta se efectúa cuando, un individuo expone facetas de su vida, o de la de otro, en las redes sociales de internet. Se establece entonces, un proceso de *vigilancia social* gestionado por el panóptico digital. Este proceso comprende, primero, la aparición de la mirada vigilante, que ocurre cuando el sujeto publica una vivencia propia o ajena, y con ello, exponiendo el suceso al campo de visión de los demás.

En ese momento se establece la asimetría en la información que, es necesaria para fomentar la ejecución del poder pues, quien comparte en redes sociales, sabe menos acerca de quienes le observan,

de lo que estos espectadores conocen sobre él; porque el sujeto vigilado, no tiene certeza sobre quien realmente consume su publicación, o la publicación en la que participa y, en consecuencia, no puede revisar los datos personales de sus guardianes, herramienta que si está al alcance de estos últimos con respecto al vigilado. Con esta condición de asimetría se establece simultáneamente la individualización sobre el vigilado, es decir, el proceso que le separa de la masa y lo hace concreto, definido, pues, quien comparte se somete -o somete a otro- al escrutinio -y al juicio- de los demás, y somete sus datos personales, es decir, su identidad digital, haciéndose o haciéndolo individuo.

En internet es posible percibir múltiples manifestaciones de lo descrito anteriormente, pues la red aloja múltiples compañías y plataformas, que hacen uso total o parcial de la máquina panóptica digital. En las páginas siguientes se analizará el caso específico de Facebook, como manifestación del panóptico y, se aclararán los conceptos Campo de Visión, Individualización y Asimetría de información en la red social.

### ***Facebook como panóptico digital***

En Facebook ocurren por lo menos dos formas de vigilancia, la vigilancia para el *marketing* y vigilancia social. La más evidente y que suele provocar críticas, es la del primer tipo. Es también la manera como la red social obtiene beneficios económicos de su producto aparentemente gratuito: Facebook recoge, subrepticamente, datos de sus miembros. Con la información que recopila construye bases de datos que luego vende a compañías productoras de bienes y servicios, quienes usan esa información para dirigir, de la manera más eficiente posible, la publicidad de sus productos.

Sirviéndose de mecanismos de micro-segmentación de mercados, los anuncios que una persona recibe cuando recorre la red social han sido específicamente seleccionados para ella, según la información obtenida sobre sus gustos, inclinaciones, necesidades e historia de consumos; con el fin de maximizar la probabilidad de despertar el interés de la persona y posibilitar la venta. Pero, el alcance de la vigilancia de Facebook al servicio de la publicidad dirigida, no se limita a la navegación

por la misma red. En ocasiones, el mecanismo denominado *Retargeting* o *Pixel* (Facebook for Business), permite que, otras páginas web y otras redes sociales utilicen la información que Facebook ha recabado para el mismo propósito, crear anuncios publicitarios más o menos a la medida, que es lo que genera los anuncios que, los internautas perciben los persigue por los diversos caminos que recorren en la web.

La captura de información se ejecuta en cada acción que los individuos llevan a cabo, desde el momento inicial, en que los clientes de Facebook asientan la información demográfica con la que construyen su perfil y luego, en cada una de las publicaciones con que acrecientan su existencia digital. Para recopilar toda la información posible a partir de las interacciones de sus usuarios, la red social se ha convertido en un generador de tecnologías de punta, que le permiten recabar datos a partir de fragmentos de información, con capacidades inimaginables en momentos anteriores. Los sistemas de Facebook, pueden, por ejemplo, reconocer automáticamente a las personas que aparecen en las fotos publicadas por los individuos. En su página web de ayuda a los usuarios, Facebook declara que:

Actualmente, usamos un software de reconocimiento facial que utiliza un algoritmo para calcular un número único ("plantilla") basado en los rasgos faciales de alguien, como la distancia entre los ojos, la nariz y las orejas. Esta plantilla se basa en las fotos del perfil y en las fotos en las que te etiquetaron en Facebook. Usamos estas plantillas para sugerir etiquetas de amigos y, de este modo, ayudarte a etiquetar las fotos (Servicio de ayuda de Facebook).

Si bien, la red social declara expresamente que la tecnología de reconocimiento facial se emplea para facilitarle a los usuarios la asociación de sus fotos a los perfiles de sus amigos, como tecnología -moralmente neutra, si se quiere-, permite muchas más aplicaciones y es, sin duda, una forma de observación, de vigilancia.

El principal mecanismo de participación de los usuarios de Facebook es el sistema de *likes* o aprobaciones con los que, los usuarios premian -o castigan-, mediante el uso de otros emoticonos, que representan emociones como el enojo, la burla, u otras, las publicaciones que observan. Gracias

al empleo de este simple gesto, Facebook aprende incesantemente sobre el usuario, hasta el punto de poder predecir con certeza rasgos fundamentales y sensibles de las personas, que no son explícitamente declarados, ni en los perfiles, ni en las interacciones, ni en sus publicaciones. En el 2013, Kosinski, Stillwell, y Graepel demostraron que, los asuntos privados de un sujeto pueden ser descubiertos por Facebook, por la observación y el cómputo de algoritmos muy sofisticados a partir de los likes:

We show that easily accessible digital records of behavior, Facebook Likes, can be used to automatically and accurately predict a range of highly sensitive personal attributes including: sexual orientation, ethnicity, religious and political views, personality traits, intelligence, happiness, use of addictive substances, parental separation, age, and gender.<sup>4</sup>

Esa clasificación o segmentación que Facebook hace, de cada usuario por el mecanismo de observación *likes* y, los demás mecanismos informáticos de la red social; puede ser revisada por el usuario mismo en la página de Preferencias de anuncios en cada perfil. En esencia, es en esa página donde se puede verificar cómo la información personal, recabada por Facebook, fruto de cada interacción, sin importar lo mínima o fugaz que haya sido; es empleada por la red social para construir bases de datos que, posteriormente, se venden a compañías interesadas en la promoción de sus productos o servicios.

Facebook emplea a la perfección la doble función de las máquinas informáticas de la sociedad de control, ubicándose en la intersección de la producción de información y la producción de individualidad. Esta red social genera cantidades ingentes de datos sobre sus usuarios pues, cada pequeña interacción, cada acto social, más allá de la esfera de acción propia de Facebook -por

---

<sup>4</sup> Demostramos que, con registros digitales del comportamiento, fácilmente accesibles, los *Likes* de Facebook, es posible automática y acertadamente predecir un rango de atributos altamente sensibles, incluyendo: orientación sexual; origen étnico; posiciones políticas y religiosas, rasgos de la personalidad; inteligencia; felicidad; uso de sustancias adictivas; separación parental, edad y género.

ejemplo, la posición geográfica de un usuario que ingresa a Facebook desde su *smartphone*, haya o no declarado conscientemente sus coordenadas- es registrado junto con sus comentarios, sus *likes* y sus conexiones. Además de esto, la red se nutre del contenido generado por cada usuario, es su materia prima y la razón por la que todos sus usuarios ingresan constantemente, que no es otra que observar el flujo de las individualidades y, premiarse mutuamente por sus logros.

Pese a la tendencia de clasificar rápidamente el tipo específico de vigilancia para la publicidad como un tipo de panóptico, una revisión cuidadosa de los conceptos básicos del dispositivo, puede orientar la discusión en otro sentido e, ilustrar cómo se establece la distinción con las formas de vigilancia, que sí son decididamente panópticas. La vigilancia del *marketing* digital se trata, sin duda, de la extensión de un *campo de visión* sobre las acciones de los sujetos que, al registrar minuciosamente sus relaciones personales, gustos y disgustos, sumado a los eventos a los que asisten, los libros que leen, y también sus relaciones con la política y los artistas a los que *siguen*; Facebook establece, no sólo una mirada vigilante, sino también una individualización muy profunda y completa de los usuarios de la red social. Por otro lado, en los mensajes publicitarios, que son la consecuencia visible de esta vigilancia, hay también una intención de influir en el comportamiento de los sujetos que se percibe claramente, por ejemplo, en el direccionamiento de su consumo, para favorecer la adquisición de un producto por encima de otro.

Sin embargo, ese direccionamiento del consumo no se obtiene porque el sujeto *se sepa vigilado* y en consecuencia adopta el comportamiento que espera de él el vigilante. En realidad, la cantidad de personas que se saben vigiladas en la red social por el mismo Facebook es pequeña, y dentro de esas que se saben vigiladas, las que sienten algún tipo de inquietud por su privacidad representan una cantidad aún menor. En un estudio reciente del Pew Research Center (Madden, M. & Smith, A. 2010), se presenta que, sólo el 33% de los usuarios de Facebook sintieron algún tipo de interés por el registro que Facebook lleva de sus vidas, y es un porcentaje en detrimento, conforme el tiempo avanza.

En general, no puede afirmarse que el habitante de Facebook sea consciente de la mirada vigilante que el *marketing* digital arroja sobre él, y esa falta de conciencia impide en una primera instancia, que esta forma de vigilancia por diseño subrepticia, adquiera la cualidad de vigilancia panóptica. De igual manera, el impulso al consumo que el sujeto percibe en la aparición incesante de anuncios publicitarios dirigidos; no se percibe como una consecuencia de saberse expuesto a un campo de visión, ni a un interés por complacer al guardián que le observa.

Los motivos para el consumo adquieren, bajo la sociedad de control, una serie de motivaciones interiores, más subjetivas que las formas de consumo de la fase II, pues, el consumo hedonista, el consumo de experiencias y el consumo ontológico no responden a coacciones externas inmediatas como aquellas generadas dentro del círculo social, u originadas por el *qué dirán*; sino a las búsquedas personales, que pueden ser y son influenciadas por el poder, por el Imperio. Sin embargo, la forma de esa influencia, aunque poderosa y ubicua, no hace parte del dispositivo panóptico sino, de otra forma de control que, ocurre simultáneamente y que será discutido más adelante.

La vigilancia para el *marketing* que se habilita en Facebook, no sigue rigurosamente las disposiciones del panóptico, ni del clásico ni del digital. Sin embargo, una situación diferente sucede con la vigilancia que los sujetos, ejercen sobre sus semejantes, objeto fundamental de esta investigación. En cuanto a la vigilancia social, hay por lo menos dos manifestaciones de esta dentro de Facebook.

La primera está en las interacciones personales, y que podría llamarse *red primaria*. Están comprendidas en ella, el conjunto de las relaciones directas que, un sujeto establece en la red social, así como las personas que se han aceptado mutuamente como *amigos* y, que han registrado esa condición ante Facebook. Al hacerlo, Facebook habilita el acceso mutuo a la información personal, les mantiene al tanto de sus actividades y actualizaciones y, les permite tener alguna información e interacción con la *red de segundo grado* que comprende, los amigos del amigo.

Estas dos redes son el esquema habitual y original de Facebook y, al compararlo con respecto a los tres elementos fundamentales del panóptico se evidencia que, podrían representar una vigilancia social sin duda, y que pese a ser comúnmente benévola y aceptada voluntariamente, incluye visiblemente las características suficientes de la vigilancia de tipo panóptico.

En relación al campo de visión, Facebook se fundamenta en la habilitación de un espacio de visibilidad disponible para todos, y su esencia es, la observación de las actividades de cada uno de los integrantes del primer grado de la red. Es posible que, al publicar documentos sobre su vida, el sujeto mismo se someta al campo de visión de su red primera, o podría ser, que otro miembro de la red publique un documento sobre él y, de esta manera, lo introduzca -con o sin su aquiescencia- al campo de observación. En cualquier caso, el sujeto es plenamente consciente del campo de visión, pues para ello, se ha convertido en habitante de Facebook y, ha construido, amigo tras amigo, su red primaria. Cada vez que publica un documento, impulsado por las compulsiones de la hipercomunicación, el sujeto se hace visible, y sabe que lo es.

El panóptico digital se sirve de la revelación voluntaria de los reclusos. La iluminación propia y la autoexplotación siguen la misma lógica. Se explota la libertad constantemente. En el panóptico digital no existe ese Big Brother que nos extrae informaciones contra nuestra voluntad. Por el contrario, nos revelamos, incluso nos ponemos al desnudo por iniciativa propia. (Han, 2014, p. 62)

El campo de visión se habilita por medio de dos mecanismos, por un lado, cada que un sujeto ingresa a la red social, Facebook activa de manera automática, la mirada de ese sujeto sobre su red de primer grado. Este primer mecanismo es denominado por la red social como *Página de inicio* y, es lo primero que el sujeto experimenta cada que ingresa a Facebook:

Tu página de inicio es lo que ves cuando inicias sesión en Facebook. Esta incluye tu sección de noticias, es decir, la lista que se actualiza constantemente con publicaciones de amigos, páginas y las demás conexiones que hayas hecho. Puedes reaccionar a cosas que veas o buscar a personas y temas que te interesen (Servicio de ayuda de Facebook)

Es en la página de inicio donde el sujeto se mantiene al tanto de las actividades de su red de primer grado y establece así, una vigilancia consciente y evidente sobre sus amigos; vigilancia que no está limitada por el tiempo de los eventos experimentados por el vigilado, sino una vigilancia asincrónica organizada en un tiempo especial, que depende de los algoritmos de Facebook, de los momentos de las publicaciones -que de alguna manera inmovilizan la mirada, la separan del tiempo de la vida del vigilado- y, de la frecuencia con que vigilante visita la red social.

El segundo mecanismo consiste en la vigilancia a través de la *visita* al perfil de un amigo en donde es posible, revisar su información y, estudiar los últimos acontecimientos de su vida digital. La visión, en este caso, se habilita por el acto de aceptación de una amistad aunque, en ciertas circunstancias, es posible acceder a la información personal de un sujeto que ha dejado su perfil, o partes de él, expuesto a la mirada de cualquier persona que ingrese a Facebook:

Para agregar a un amigo solo tienes que buscarlo y enviarle una solicitud de amistad. Si la acepta, automáticamente empezarás a seguir a esa persona, que a su vez te seguirá a ti. Esto significa que *verán* sus respectivas publicaciones en la sección de noticias (Facebook).

En cuanto al proceso de individualización o normalización, esta no sucede por medio de autoridades ajenas al sujeto. Como bien lo dice Han el «sujeto de rendimiento », característico de la sociedad de control, se constituye a sí mismo como sujeto gracias, entre otras cosas, a las narraciones o a el registro y la contabilización de sus vivencias en las redes sociales y, de manera particular, en Facebook. Para ello, esta red social dispone de varios mecanismos entre los que resalta el *perfil*, una sección de información preliminar que cada participante construye a modo de presentación de su persona digital. De acuerdo con Facebook:

Tu perfil cuenta tu historia. Tú eliges qué compartir, por ejemplo, tus intereses, fotos e información personal como tu ciudad de origen, y con quién compartirlo. Tu perfil también incluye tu biografía, donde puedes ver tus propias publicaciones y las publicaciones en que te etiquetaron. La Configuración de biografía y etiquetado te ayudará a administrar las etiquetas y revisar quién puede agregar y ver contenidos en tu biografía (Facebook)

En el perfil, los sujetos declaran su existencia mediante secciones predefinidas que pueden ser completadas o no, según la voluntad del sujeto. Las secciones del perfil, a mediados del 2016 se presentan a continuación en la **Tabla 1**.

**TABLA 1**  
SECCIONES DEL PERFIL PERSONAL EN FACEBOOK 2016

Sección	Sub-secciones	Elementos
Foto del perfil		
Foto de portada		
	Describe quien eres	Es un campo de texto abierto, con 101 caracteres de extensión máxima, en donde el usuario, puede describirse a si mismo para el campo de visión completo de Facebook, sin importar si se trata de la red de primer grado o no pues se trata de información pública.
Sección de presentación	Información sobre ti	Información pública, seleccionada de otros elementos del perfil. Incluye dos campos de datos: información académica e información sentimental.
	Fotos de la presentación	Se trata de un conjunto de fotos que el sujeto debe seleccionar de su librería de fotos previamente existente en Facebook, y que son las más importantes, las más representativas o las que por alguna razón el sujeto elige a modo de introducción.
	Información general	Lugar de trabajo, formación académica, ciudad actual, ciudad de origen, situación familiar y sentimental.
	Formación y empleo	
	Lugares en los que viviste	
Sección de información	Información básica y de contacto	Correos electrónicos, números telefónicos, sitios web, fecha de nacimiento, sexo, intereses afectivos, idiomas, creencias religiosas, ideología política.
	Familia y relaciones	
	Información sobre ti	Apodos, citas favoritas, campos de texto para hacer declaraciones personales
	Acontecimientos importantes	Campos de fechas para exponer celebraciones o momentos claves

*Fuente: elaboración propia con la información del centro de ayuda de Facebook.*

Si bien Facebook, en su esquema de vigilancia para el *marketing* puede deducir muchos de los datos presentados en la tabla anterior, es en esta sección donde, el individuo voluntariamente dispone la información sobre sí mismo, para exponerla a la mirada vigilante de los demás. Por medio de esta

información, el sujeto se individualiza y construye una presencia digital, que permite su separación de la masa.

La clave para esta producción de individualización está en la propagación de la hipercomunicación y, en la compulsión creada por una sociedad que ensalza la transparencia. Los sujetos elaboran con profusión sus perfiles digitales, que van asumiendo, poco a poco, una concreción tal, que el observador termina por saber más sobre el sujeto, de lo que sabe el sujeto sobre sí mismo, como aduce Han, «nuestro hábito digital proporciona una representación muy exacta de nuestra persona, de nuestra alma, quizá más precisa o completa que la imagen que nos hacemos de nosotros mismos» (Han, 2014, p. 93).

En cuanto a la gestión del comportamiento, hay que decir que, la conducta individual se altera de dos modos, que dependen de la forma de visualización de los individuos. En el primero, el sujeto se hace visible porque eleva una porción de su vida, de manera consciente y voluntaria, al campo de visión social. Esta es la forma de compartir información básica de Facebook y, se fundamenta, en la decisión de cada sujeto, según la que *elige* cuidadosamente, qué someter al campo de visión.

Esa elección, que implica la búsqueda de aprobación por parte de aquellos que componen su campo de visión, tiene como base los eventos ocurridos y documentados que, se seleccionan de acuerdo con las posibilidades para, satisfacer a los vigilantes. Evidentemente, no pone a disposición de la vigilancia social -aún- toda su vida y, por lo pronto, el sujeto construye una imagen de sí mismo, un espectáculo si se quiere, que le representa y, en ocasiones le sustituye, seleccionando los documentos que le permiten construir su imagen deseada de la mejor manera posible.

También, puede ocurrir que, el sujeto se somete a la publicación de sus vivencias con el ánimo de construir publicaciones exitosas en Facebook, así, su comportamiento es controlado por la observación social, pues sus actos se desarrollan y se *diseñan*, en preparación para el acto de

publicación, buscando la aprobación del poder, que ahora es representado por el conjunto anónimo de la sociedad.

Diversos estudios confirman este comportamiento de preparación para la publicación. Das y Kramer, en *Self-Censorship on Facebook*, estudio publicado en el 2013, estudiaron una muestra de 3.9 millones de usuarios de Facebook, y en el que el 71% de los sujetos, ejercieron algún tipo de autocensura o de autocontrol sobre sus propias publicaciones, al menos una vez en un período de 17 días, mientras que, el 51% de los sujetos controlaron o modificaron en promedio 4.52 publicaciones propias.

Ese auto control sobre la identidad digital es causado, según el estudio, por cinco posibles razones:

1. Porque el sujeto prefiere no instigar o ahondar una discusión, 2. Porque el sujeto no quiere ofender a otros con el material que estuvo a punto de publicar, 3. Porque los sujetos no quieren aburrir a quienes les observan, 4. *Porque los sujetos cuidan su identidad digital y no quieren publicar material que pueda alterarla o hacerla inconsistente* o, 5. Por desconocimiento o limitaciones técnicas.

En todos los casos lo que se evidencia es, una modificación importante a la conducta propia, una autovigilancia que, es un reflejo de aquella ejercida por el campo de visión construido por Facebook y, que demuestra, la existencia del panóptico en esta red social como vigilancia social, pues en ella todos los sujetos son al mismo tiempo el guardián, que adquiere como menciona Han, un aspecto amable y, cada sujeto debe complacer al *big brother* colectivo.

Puede ocurrir que, una publicación sobre un sujeto se haga sin la participación o aquiescencia directa de este. En el sentido más neutro, esto ocurre entre las redes de amigos, cuando se comparten documentos, sean comunes o no, en los que aparece el otro. Pero Facebook también permite publicaciones las cuales, el sujeto del documento, está siendo denunciado o implicado en cualquier hecho y, en esta situación, no necesariamente existe una relación personal entre el que publica y el

protagonista del hecho, ni tampoco, una conciencia por parte del tercero en tanto será objeto de miradas.

En algunos casos el asunto es positivo y, el protagonista recibe el encomio de la red, como en los casos donde un conductor de taxi que devuelve artículos personales olvidados en su vehículo, o un individuo ayuda a otro de manera inesperada, también puede darse por la participación de un personaje público en algún evento, o el logro destacado por parte de un tercero. Sin embargo y con frecuencia, ocurre lo contrario. Los actos documentados generan el rechazo de la sociedad y, el protagonista del documento compartido es objeto de lo que Han denomina *Shitstorm*, que no es otra cosa que oleadas de insultos y recriminaciones digitales, dirigidas claramente a la persona, o a la institución infractora, por parte de los transeúntes de la red.

En ciertas ocasiones, el contenido del documento logra captar la atención de tantas personas que, la *shitstorm*, adquiere la condición de *viral*. Esto se presenta cuando las personas, comparten el documento en cuestión desde sus perfiles personales, creando una audiencia que aumenta exponencialmente durante un periodo de tiempo relativamente corto y, es una situación en la cual el protagonista, carece de herramientas para aumentar o eliminar la audiencia, según su interés. Este fenómeno, la *shitsorm*, que puede o no presentarse ante la imposición de la vigilancia sobre un sujeto, es útil para analizar las implicaciones de lo que hemos de llamar el Campo de Visión Involuntario.

Cabe resaltar que una *shitstorm* sólo se configura cuando se desdibujan las diferencias entre el productor y el consumidor de información, asunto que no se presenta nunca en los medios de comunicación tradicional. A esto, Han le denomina comunicación simétrica:

Ninguna jerarquía inequívoca separa al emisor del receptor. Cada uno es emisor y receptor, consumidor y productor a la vez. Pero esa simetría es perjudicial al poder. La comunicación del poder transcurre en una sola dirección, a saber, desde arriba hacia abajo. El reflujo comunicativo destruye el orden del poder. La *shitstorm* es una especie de reflujo, con todos sus efectos destructivos. (Han, 2014, p.16)

La *shitstorm* es en cierto modo, una forma de justicia por cuenta propia; es el equivalente digital a un linchamiento o un alzamiento, y es el mecanismo por el cual los sujetos dejados a su propia suerte, buscan equilibrar las cargas y reconducir los comportamientos aceptables, sin la mediación de ninguna autoridad, en espacios y acontecimientos en los que las fuerzas de la comunicación tradicional no se interesan, es decir, hechos poco visibles, personas del común, sucesos totalmente cotidianos que no merecen los titulares de los periódicos o de los noticieros de televisión y, donde el poder disciplinario ya no llega pues, las normas y barreras de las disciplinas son ineficaces.

El fenómeno de *Shitstorm* es característico de la sociedad de control. Existe en espacios abiertos, donde las disciplinas van desapareciendo, y dejan a los sujetos con la responsabilidad de regularse a sí mismos, según la modulación del control. «La shitstorm guarda relación con los desplazamientos de la economía del poder en la comunicación política. Crece en el espacio que está débilmente ocupado por el poder y la autoridad. Precisamente en jerarquías allanadas es posible atreverse con la shitstorm»(Han, 2014, p. 16).

Facebook es, desde el punto de vista social, una perfecta jerarquía allanada y, en sus dominios, abundan las *shitstorms*: un sujeto que pretende evitar su detención por conducir alicorado y amenaza al agente de tránsito con la célebre frase «usted no sabe quién soy yo» (ELTIEMPO.COM, 2015); un taxista que pretende pasar billetes falsos a su pasajero (El Tiempo, 2015) o, una mujer que anuncia en su cuenta, subiendo a un avión, que se dirige a África, y que espera no contagiarse de SIDA, para darse cuenta 11 horas más tarde, al aterrizar, que su vida había cambiado para siempre de cuenta de la tormenta desatada por su comentario (Ronson, J. 2016).

En cada *shitstorm* hay un comportamiento que, el conjunto de observadores en la red estima censurable pero que frecuentemente, está fuera de la esfera de acción clara de la ley o simplemente, no constituye en sí mismo un delito. Los habitantes digitales deciden, en cada momento, qué es digno de convertirse en una *shitstorm* y qué no y, esos criterios pueden variar, no sólo en el tiempo sino en

la forma de percibir el suceso en sí mismo, sino en la percepción de este según la posición del observador. La furia de la *shitstorm* puede recaer sobre una persona, una compañía o una institución.

El análisis de la *Shitstorm* es útil para comprender cómo actúa el fenómeno de la publicación de documentos por parte de terceros, escandalosos o no, pues, permite verificar que, aunque el mecanismo guarda rasgos de la mirada vigilante del panóptico, la relación entre el vigilante y el vigilado, evidencia la existencia de otro dispositivo, que no es el panóptico y, que requiere una nueva denominación. Así pues, es posible que el campo de visión sea evidente para el vigilado pero, a diferencia de lo que sucede cuando las personas publican directamente sus documentos, no es indispensable o hay garantía alguna que así ocurra.

En la documentación, sea esta amistosa u hostil es posible que, quien la publique, haga alusión directa al protagonista, sirviéndose del mecanismo conocido como *tag*, que supone etiquetar las publicaciones, con los nombres y vínculos directos a los perfiles de los protagonistas, y que según las instrucciones de Facebook, permite:

Incluir etiquetas sirve para avisar a las personas etiquetadas que aparecen en las fotos o contenido que compartes. Cuando etiquetas a alguien, esa persona puede recibir una notificación y ver tu publicación. Además, tu publicación puede incluirse en su perfil y aparecer en las noticias de sus amigos (Facebook).

Aun así, puede ocurrir que, la persona implicada en el documento no se percate, bien porque no fue etiquetada, o porque no tiene perfil en Facebook o por cualquier otra razón; del campo de visión que se extiende sobre ella.

Además, la individualización del sujeto es también opcional. Si la etiqueta no existe o es infructuosa -por las mismas razones mencionadas-, el campo de visión se extiende sobre una identidad defectuosa, carente de la profundidad y los parámetros del perfil personal, por lo que no puede hablarse de una individualización en propiedad. El objeto de la mirada vigilante es otra cosa, no un

individuo, es una imagen borrosa y, a menudo, anónima; lo que impide la clara separación entre los sujetos, fundamental para el panóptico.

Finalmente, la gestión del comportamiento no se puede garantizar directamente, pues el individuo no se controla, ante la aparición del campo de visión si no se da cuenta del mismo, o si incluso, siendo consciente de la mirada vigilante, se sabe anónimo o indistinto. En estas circunstancias, lo que puede ocurrir es que, el documento compartido, sirva de lección sobre el comportamiento adecuado, en retrospectiva, para el sujeto que si ha sido individualizado. Sus acciones futuras podrán re direccionarse según lo aprendido en el evento pero, el pasado representado por el documento ya publicado, no podrá ser alterado.

En síntesis, cuando hay un campo de visión involuntario en Facebook, sobre un sujeto, se hace posible la configuración de una vigilancia de tipo panóptico en las circunstancias adecuadas, es decir, un escenario donde el sujeto sea consciente de la vigilancia, esté correctamente individualizado y, gestione su comportamiento en consecuencia. Pero, a diferencia de lo que ocurre cuando el sujeto decide exponerse voluntariamente a la mirada vigilante en la red social, esa condición panóptica no está garantizada y, basta con que no se cumpla alguna de las condiciones, para que no pueda hablarse del dispositivo en cuestión.

Como puede verse, el dispositivo *panóptico digital*, como instrumento de análisis, es insuficiente para comprender el fenómeno de la vigilancia social en Facebook, cuando no se cumplen las condiciones de conciencia del campo de visión o, si la individualización es imprecisa. En efecto, la aparición de la *Shitstorm* hace necesaria una nueva reflexión pues, en el análisis del panóptico tradicional, se hace muy poca elaboración sobre las condiciones humanas del guardián y, sobre la forma en que este resulta afectado por la operación de la máquina, por dos razones.

La primera sería porque se trata de un dispositivo diseñado para que, la proporción entre guardianes y vigilados sea muy pequeña. La economía del poder requiere un dispositivo que sea

operado por unos cuantos, que observen una cantidad mucho mayor de sujetos. En estas circunstancias, el guardián es necesario pero, el dispositivo se ha diseñado para generar resultados sobre los vigilados, y en consecuencia lo que ocurra con los vigilantes es secundario. Además, el panóptico logra que el poder sea automatizado y anonimizado, eliminando condiciones de selección especial sobre los guardias, que pueden ser reclutados teniendo como único requisito, el estar en condiciones de extender el campo de visión.

Pero el panóptico *digital* es no perspectivista de acuerdo con Han y, en estas condiciones desaparece la jerarquía entre guardianes y vigilados pues sus papeles se alternan constantemente y, todos los sujetos asumen por momentos ambos roles. En consecuencia, la cantidad de vigilantes es teóricamente, igual a la de los vigilados y, el fenómeno de observar es tan importante a nivel social como el de ser observado.

¿Qué ocurre entonces, cuando un sujeto abandona el campo de visión que extendió sobre sí mismo y, extiende a continuación un campo de visión sobre otro sujeto? ¿afecta su comportamiento lo que se desarrolla ante sus ojos?, ¿se configura un nuevo mecanismo de poder, que actúa sobre los vigilantes? Las respuestas se desarrollan en las páginas siguientes.

### **Sinóptico**

El análisis sobre el panóptico tiende a concentrarse en el vigilado mientras que, ignora los efectos que la vigilancia ocasiona en la persona del guardián. En una sociedad no digital, la cantidad de vigilantes es tan poca, comparada con la de vigilados que, las imágenes desplegadas ante el panóptico no tienen influencia social considerable; especialmente, cuando se contrastan con los resultados del dispositivo sobre los vigilados. Pero en el panóptico digital la perspectiva desaparece y, el vigilante es también y alternativamente el vigilado. Ya no puede hablarse de unos pocos que vigilan a muchos como sucedía en el esquema del panóptico disciplinario.

En la sociedad de control, y por medio de las herramientas digitales, todos vigilan a todos y, la cantidad de personas que observan a los sujetos que se someten a los campos de visión es tan importante como la de vigilados. Desde el puesto de vigilancia del panóptico digital, lo que se extiende ante los ojos del guardián adquiere las características de espectáculo pues, cada miembro de la sociedad digital se comporta como espectador ante la vida desplegada de los demás.

En medio de la fugacidad de los hechos y de los papeles representados, y también del cambio permanente en las inquietudes de los sujetos, que se pasean ante el campo de visión de sus semejantes ¿Qué papel juega en la vida de ellos, y en el conjunto de la sociedad digital, la operación de una vigilancia que, para todos los efectos, adquiere las condiciones de *espectáculo*?

La sociedad del espectáculo fue teorizada por Guy Debord en 1967, cuando analizó, cómo la realidad de la vida es suplantada, en las economías capitalistas avanzadas, por una serie de imágenes, que ya no son la vida, pues la representan de manera fragmentada. Todo lo complejo, lo indescifrable del mundo, se dispersa en un conjunto de instantáneas que pretenden asirlo, pero que, en sí, actúan totalmente como un sucedáneo. La sociedad del espectáculo es, entonces, el conjunto de relaciones sociales que se establecen mediante esas imágenes, sustituyendo a las relaciones que se instauran en la realidad. Los individuos de la sociedad del espectáculo no perciben el mundo y no se relacionan entre si junto al mundo, pues se trata de una sociedad que habita otro espacio, el espacio del espectáculo, y que constituye su única *realidad*.

El conjunto de imágenes del espectáculo es un producto, es decir, el resultado de una de las industrias de *Imperio*, y el objeto social de ese producto, consiste en concentrar las diversas fuerzas del capitalismo en torno a un sistema de objetivos. El espectáculo transporta los deseos del poder y modifica a los sujetos en torno a esos deseos, actuando así, de pegamento entre los bloques constitutivos del capitalismo contemporáneo, en palabras de Hardt y Negri (2015, p. 344), «la

sustancia que mantiene unidos los diversos cuerpos y funciones de la constitución híbrida [de *Imperio*] es lo que Guy Debord llamó el espectáculo».

Siendo un producto, el espectáculo puede ser diseñado, construido y distribuido siguiendo un conjunto de intereses, por lo que para Hardt y Negri, las imágenes del espectáculo constituyen la herramienta definitiva de la ideología. La ideología del capitalismo contemporáneo, distribuida y sugestionada por las imágenes de la sociedad del espectáculo, actúa como mecanismo último de dominio ya que, cuando es implantada exitosamente en los sujetos, se convierte para ellos, en el filtro que modifica y matiza, que interpreta y a veces oculta, lo real; y, que reemplaza la realidad desfalleciente por una nueva, creada con la visión del mundo que ha sido previamente diseñada, ajustada para ser aceptada por los individuos y, que el poder insufla en sus habitantes para asegurarse el cumplimiento voluntario de sus instrucciones.

La industria del espectáculo es, de acuerdo con Han (2014, p. 51), la «industria de la conciencia», y las imágenes crean las emociones definen las aspiraciones y las ideas de los sujetos, de modo que, el tejido de la sociedad del espectáculo está determinado por una ingeniería de la conciencia.

El control de las emociones, las ideas y los deseos, se encuentra en el centro régimen de la sociedad de control puesto que, ya no son los cuerpos los que deben ser gestionados, como ocurría anteriormente en la sociedad disciplinaria con la fábrica como espacio decisivo de la operación de la sociedad. En la sociedad de control, con el paso de la fábrica a la empresa, se precisa la gestión de la vida interior de los individuos para, predisponerlos al consumo como centro de sus vidas. El conjunto de prácticas para la sujeción de las mentes es lo que Han denomina psicopolítica, y la producción de imágenes es su técnica fundamental. Para incrementar la productividad, no se superan resistencias corporales, sino que se optimizan procesos psíquicos y mentales. El disciplinamiento corporal cede ante la optimización mental (Han, 2014, p. 42).

Hardt y Negri sostienen que, de acuerdo con lo planteado por Thomas Hobbes, las pasiones son la esencia del hombre y que, en ellas, está la clave para dominarlo. El miedo, la más fuerte de estas, sigue operando a través de las imágenes de la sociedad del espectáculo.

La sociedad del espectáculo gobierna esgrimiendo un arma muy antigua. Ya hace tiempo Hobbes reconocía que para lograr la dominación efectiva “la pasión que hay que tener en cuenta es el temor”. Para Hobbes, el temor es lo que establece y asegura el orden social y aún hoy el miedo es el mecanismo primario de control que impera en la sociedad del espectáculo (2015, p. 346).

Ya no se trata, por lo menos en la superficie, del temor a la muerte violenta que, es la clave mental que consiente la imposición de la ley sobre los súbditos, como proposición fundamental de Leviatán, pues en su lugar, los propósitos de la sociedad de control diseminan el miedo a la muerte en un raudal de temores, y esos a su vez, se representan en las imágenes por medio de otras ideas, es decir, de las ideas del deseo y del placer. En el fondo, el miedo atávico, sigue allí agazapado, pero vestido con otros ropajes:

Aunque el espectáculo parezca funcionar a través del deseo y el placer (el deseo de obtener bienes y el placer de consumir), en realidad opera mediante la comunicación del temor, o mejor aún, el espectáculo crea formas de deseo y placer que están íntimamente entretreídas con el temor. (Hardt y Negri, 2015, p. 346)

Siguiendo esta línea de pensamiento, un modo de interpretación de las imágenes provistas por la sociedad del espectáculo, consiste en dilucidar la ideología por la identificación del miedo subyacente en la imagen. En la sociedad actual, el consumo se incorpora como único remedio existente para apaciguar el miedo, el deseo es, el deseo de todo aquello que nos permite alejar, por unas horas o minutos, el miedo. Como conclusión directa de este análisis, se dice que la sociedad de control, opera desde el espectáculo, implantando la ideología del control, y por la difusión de temores en los sujetos a la vez que la industria propone mercancías, productos y servicios que ahuyentan o matizan el temor. El Apocalipsis es inminente, pero tenemos a la mano los productos con los cuales conjurarlo.

Foucault encontró que, en el paso hacia las disciplinas, el espectáculo fue reemplazado por la sociedad de la vigilancia. El teatro había sido empleado, desde los griegos, como una forma de control social, que operaba en la presentación de ejemplos y lecciones sobre la manera correcta de vivir. Como dispositivo requiere, desde el punto de vista arquitectónico, una plantilla determinada diseñada para permitir que la multitud observe a unos pocos y absorba las lecciones del drama. Compuesta del escenario iluminado y central, las butacas oscuras, que ocultan al público, se ubican de modo que, ningún espectador interfiera en la línea de visión de otro, es física y conceptualmente, el dispositivo opuesto al panóptico, con su torre de observación central, su campo de visión operado por muy pocos, y su coacción sobre los cuerpos.

Según Foucault, «somos menos griegos de lo que creemos» ya que, la metáfora arquitectónica del escenario, como mecanismo de control, fue reemplazada por la metáfora del anillo y la torre central del panóptico, pues ahora «No estamos ni sobre las gradas ni sobre la escena sino en la máquina panóptica, dominados por sus efectos de poder que prolongamos nosotros mismos, ya que somos uno de sus engranajes» (Foucault, 2009, p. 250).

Baudrillard, y por supuesto, Debord (2002, p. 42), adjudicaron a la sociedad contemporánea un funcionamiento *con base* en el espectáculo:

La sociedad que reposa en la industria moderna no es espectacular fortuita o superficialmente: es fundamentalmente *espectaculista*. En el espectáculo, imagen de la economía reinante, el fin no es nada y el desarrollo lo es todo. El espectáculo no conduce a ninguna parte salvo a sí mismo.

Igualmente en Imperio, según Hardt y Negri, desde el «espectáculo, imagen de la economía reinante» es evidente el consumo como organizador social del capitalismo contemporáneo. El consumo se fundamenta y potencia en la producción de imágenes. Las tres formas principales del consumo de la fase III -consumo hedonista, consumo de experiencias y consumo ontológico-, adquieren su condición de articuladores sociales a través del *marketing*, que actúa, como vigilancia,

pero también como coacción; coacción que depende de la creación de espectáculos, que modifiquen y construyan nuevas subjetividades inclinadas al consumo, elaboran un mundo de diferencias aceptadas como nichos de mercado.

Esta aparente contradicción entre un mundo organizado por la vigilancia -con el panóptico como estructura central- y un mundo organizado por la creación de imágenes para el consumo -con el teatro, o el sinóptico, como estructura central- puede resolverse a mitad de camino, como lo demuestra Thomas Mathiesen, en su trabajo *The Viewer Society*. Mathiesen inicia reconociendo que, el modelo panóptico está presente de manera palpable, en la sociedad contemporánea, siguiendo aún los derroteros de las disciplinas que, de alguna manera coexisten con estructuras de control:

It may be maintained that the school system, the medical services, the psychiatric and social systems through their classificatory and diagnostic techniques and scales, are panoptical systems with carceral functions. We certainly live in a society where the few see the many. (Mathiesen, 1997, p. 218)<sup>5</sup>

Pero Foucault, para Mathiesen, desconoció o no valoró correctamente, los desarrollos de los medios masivos de comunicación. Si bien, es evidente el creciente panoptismo, que la sociedad disciplinaria imbricó en occidente desde el siglo XIX, también existe un proyecto paralelo al de esa expansión de la vigilancia, que busca la construcción de una sociedad del espectáculo y, que propone como objetivo principal, una infraestructura que permita que «muchos contemplen a unos pocos» y recorra el planeta entero.

---

<sup>5</sup>Puede sostenerse que el sistema educativo, los servicios médicos, los sistemas psiquiátricos y sociales, con sus técnicas clasificatorias, de diagnóstico y medición, son sistemas panópticos con funciones carceleras. Ciertamente vivimos en una sociedad donde unos pocos observan a muchos.

Esa infraestructura es el sistema moderno de medios masivos de comunicación y, construye un dispositivo adicional denominado *Sinóptico*<sup>6</sup>, que es tan característico de la sociedad contemporánea como el panóptico, «formulated in bold terms, it is possible to say that not only panopticism, but also synopticism characterizes our society, and characterized the transition to modernity»<sup>7</sup> (Mathiesen, 1997, p. 219).

El sinóptico sigue, como dispositivo de control, las estrategias del teatro ya que, despliega ante los ojos de la audiencia, un espectáculo con dos propósitos definidos. El primero, demostrar al público la manera correcta de comportarse, valiéndose de una cuidadosa escenificación de los castigos y de las recompensas, que recaen sobre los sujetos, como consecuencia de sus acciones, y el segundo, implantar en los sujetos, deseos profundos para la construcción y reconstrucción de sus subjetividades, que por la distribución de imágenes seductoras -positivas y negativas- se presentan los arquetipos héroes y villanos, según los objetivos y las estrategias que el poder requiere y, de acuerdo al tipo de sujetos que le es necesario construir. El sujeto del espectáculo recibe del sinóptico, no sólo lecciones prácticas sobre cómo evitar castigos y obtener recompensas, sino también sobre qué es deseable *ser*.

El sinóptico se despliega en occidente de forma paralela al dispositivo panóptico. Mathiesen desarrolla un argumento de tres puntos para demostrar que, la evolución de ambos dispositivos está ligada entre sí y que, la sociedad actual, presenta un territorio de acción simultáneo de ambos dispositivos.

En el primer punto, Mathiesen argumenta que, en occidente existió una aceleración simultánea de la adopción de los dispositivos a partir de 1800. Mientras la sociedad recurría a la vigilancia

---

<sup>6</sup> Utilizo la escritura de la palabra según aparece en el trabajo de Bauman y Lyon, «Vigilancia Líquida», en la traducción de Alicia Capel.

<sup>7</sup> Formulado en términos inequívocos, es posible afirmar que no sólo el panopticismo si no también el sinopticismo caracterizan nuestra sociedad, y caracterizan la transición a la modernidad.

panóptica, para maximizar la producción en las fábricas y la reeducación de los sujetos en las prisiones, la industria de las telecomunicaciones nacía y se expandía, al mismo tiempo y con la misma celeridad. La prensa, el cine y la radio, se extendieron por el planeta al mismo ritmo y en los mismos lugares que la educación pública, los sistemas penales y la industrialización.

Sin embargo, para Mathiesen, ni el dispositivo sinóptico ni el panóptico, son atribuibles a la modernidad, acepción que puede ser más evidente en el caso del primero, por su larga tradición histórica. Ambos dispositivos son antiguos y, han acompañado la trayectoria de occidente desde mucho antes de la llegada de la modernidad. Lo que sucedió en los siglos XIX y XX según el autor, fue una adopción muy acelerada de ambos sistemas, impulsada por los cambios técnicos, políticos y culturales de la época. Así, tanto el sinóptico como el panóptico están dotados de raíces.

[...] historical roots in central social and political institutions. What has happened in the 1800s, and especially in the 1900s, is that organizational and technological changes have advanced the use of both models by leaps and bounds, thus making them into two basic characteristics of modernity.<sup>8</sup> (Mathiesen, 1997: 222)

Finalmente, la coexistencia histórica de los dos dispositivos en cuestión y su adopción paralela es profunda y ha derivado, con frecuencia, en aplicaciones simultáneas de ambos, lo que se evidencia en un importante conjunto de prácticas sociales en las que, ambas técnicas acaecen a la vez, prácticas sociales que no son necesariamente, propias de la industrialización o de la modernidad, pues su presencia en occidente es de larga data, interactuando con los sujetos en conjunto y, con frecuencia, fusionándose en un único dispositivo social.

Un ejemplo de esta simultaneidad reside en la Iglesia Católica, pues de manera simultánea, la institución presenta un dispositivo sinóptico, expresado por la suntuosidad ceremonial, las grandes

---

<sup>8</sup> [...] Raíces históricas en el centro de la sociedad y en las instituciones políticas. Lo que ocurrió en los años 1800, y especialmente en los 1900, es que los cambios organizacionales y tecnológicos han hecho avanzar el uso de ambos modelos en saltos y brincos, convirtiéndolos a los dos en características básicas de la modernidad

estructuras arquitectónicas de las catedrales y, los rituales mismos de la fe, es decir, la confesión que permite la vigilancia panóptica del sacerdote -unos pocos individuos- sobre la congregación -una masa de individuos-. A través del sinóptico ceremonial, la iglesia distribuye, no sólo lecciones sobre el sistema de castigos y recompensas sino que también, demuestra sugestivamente, en el personaje representado por el sacerdote y en el ritual, las virtudes heroicas que la iglesia considera, deben dirigir la individualidad de los practicantes. En el acto de la confesión, que se efectúa de manera sincrónica, la Iglesia implanta una vigilancia panóptica, en donde se ejerce un campo de visión evidente, se establece una asimetría en la información del vigilado y el vigilante, pues se individualiza al primero y se gestiona su comportamiento.

Mathiesen redactó su trabajo sobre el sinóptico y el panóptico en 1997, un año después de la aparición de la *World Wide Web*. Su análisis de la fusión entre panoptismo y sinoptismo está, por lo tanto, limitado a las técnicas existentes en los medios masivos de entonces y, aunque en su trabajo, se presenta un análisis sobre el advenimiento de internet y de las redes sociales digitales, sus conclusiones son solo acertadas parcialmente.

Para 1997, internet se proyectaba como un derivado de la industria de las telecomunicaciones tradicional y, sus aspectos más vitales, a saber, la distribución multipunto y multimedia, además de lo que Manuel Castells llama *autocomunicación de masas*, no habían sido conceptualizados aún. Esto hace que, la perspectiva de Mathiesen sobre estas, sea defectuosa, por las complicaciones técnicas y sociales que, en ese entonces, se percibirían como enormes y hasta insalvables, como lo suponía la destrucción de las barreras físicas y, las separaciones sociales binarias, la nueva revolución industrial y los frutos de la rebeldía permanente, pero que hoy y bajo el empuje arrollador de las necesidades del nuevo capitalismo, han sido superados.

Para Mathiesen, el futuro de Internet consistiría en, ser un *medio interactivo de una vía*, controlado de manera fundamentalmente binaria y disciplinaria. Una compañía de telecomunicaciones, en su

ejemplo, definiría y seleccionaría las propiedades de internet a las que, los navegantes, tendrían acceso, configurando un ecosistema cerrado, determinado por una empresa u organización, con el único objeto de la comercialización de productos, y lastrado por los costos de la infraestructura y de los computadores. Sin embargo, si llega a predecir una fusión de ambas técnicas, panoptismo digital y sinoptismo digital, en una sola, aunque operando de manera independiente, sobre tecnologías separadas, aplicadas a un único suceso:

We have not come this far, but we clearly see tendencies for panopticism and synopticism to merge into one. A fusion takes place between the two structures in the 'electronic super highway'. Today it is technologically entirely possible to have a large number of consumers synoptically watch television and order and pay for the commodities advertised, as well as undertaking a number of other economic transactions, while the producers of the commodities panoptically survey everyone, controlling the consumers' ability to pay, ensuring that payment takes place, or interrupting the transaction if solvency does not obtain.<sup>9</sup> (Mathiesen, 1997: 223).

### ***Sinóptico y sociedad de control***

El análisis sobre el panóptico y sinóptico, que se desarrolla en torno a la diferenciación «pocos que observan a muchos» versus «muchos que observan a pocos», Mathiesen, T. (1997), obtiene una comprensión excesivamente simplista de cada dispositivo y, de su operación simultánea, en una única técnica o dispositivo de control social. Sin duda, la mirada física y metafórica, es elemento fundamental de cualquier vigilancia y, en estos dos dispositivos, cumple un papel central.

Sin embargo, no basta con la existencia de un campo de visión para que, un sistema de vigilancia, pueda considerarse como panóptico, pues para ello, otros elementos como la individualización, la asimetría en la información, la gestión autónoma del comportamiento son cruciales y, establecen si,

---

<sup>9</sup> No hemos llegado allí aún, pero vemos claramente tendencias de la fusión del panopticismo y el sinopticismo en uno solo. Una fusión ocurre entre las dos estructuras en la «súper autopista electrónica». Hoy es completamente posible, técnicamente, tener un gran número de consumidores observando sinópticamente la televisión y ordenando y pagando por los bienes publicitados, así como desarrollando una cantidad de otras transacciones económicas, mientras que los productores de esos bienes vigilan a cada uno, controlando la capacidad de los consumidores para pagar, asegurándose de que se hagan efectivos los pagos, o denegando la transacción si la solvencia no existe.

una determinada vigilancia corresponde, en efecto, a dicha categoría. En ese sentido, la existencia de una vigilancia donde unos pocos observan a muchos, no necesariamente remite al panóptico. Por otro lado, el sinóptico, como dispositivo de control, tampoco se establece explícitamente cuando un grupo de sujetos observa a un conjunto mucho menor.

Como dispositivo de control, el panóptico opera sobre el comportamiento de los sujetos, es decir, sobre los cuerpos. La vigilancia desde el panóptico no cambia la esencia de los individuos que, en el ámbito interior, no dejan de ser lo que son, pese a que, esa interioridad puede ser objeto de interés o de desagrado para el poder. Es, en definitiva, un mecanismo que deja al sujeto en libertad, para que piense, sienta o *sea* lo que el sujeto prefiera, pero que, asegura que sus *actos* sean los que el poder espera de él. El panóptico opera sobre los cuerpos, y es, por lo tanto, un mecanismo claramente disciplinario. Como herramienta para la sociedad de control y el capitalismo de Imperio sin embargo, el panóptico no está purgado de insuficiencias pues, para el capitalismo contemporáneo, el control exclusivo de los cuerpos no permite asegurar el correcto funcionamiento del control social, como afirma Byung-Chul Han,

Bentham indica que su panóptico edifica moralmente a los reclusos. No obstante, la psique no está en el punto de mira del poder disciplinario. La técnica ortopédica del poder disciplinario es muy burda para penetrar en las capas profundas de la psique con sus anhelos ocultos, sus necesidades y su deseo, y acabar apoderándose de ellas. El Big Brother de Bentham también observa a sus reclusos desde el exterior. Su panóptico está ligado al medio óptico. No tiene ningún acceso al pensamiento o a las necesidades internas. (, 2015, p. 37)

El panóptico contribuye a la obtención de cuerpos dóciles pero, no gestiona en profundidad los pensamientos ni los deseos. Otra herramienta es necesaria para administrar la subjetividad, para modificar a los sujetos desde adentro. Esa herramienta es el sinóptico, que permite, para Mathiesen, el control de las *conciencias* de los sujetos. Mientras el panóptico trabaja primordialmente sobre los cuerpos, el sinóptico lo hace eficientemente sobre las almas.

El conjunto de los mensajes distribuidos por el sinóptico constituye un *Paradigma del Mundo*, y para que opere como instrumento de control, ese paradigma debe responder a una intención, debe ser producido y/o distribuido para transmitir un mensaje. Aunque la producción sea, en ocasiones, fruto de la casualidad, la intención y la estrategia en la distribución del mensaje transforman una observación casual en sinóptico. Ese paradigma tiene éxito al ser consumido en forma de espectáculos puesto que, resuelve necesidades, principalmente, la necesidad de evadir las dificultades y miserias del mundo. Para Mathiesen, «It is by satisfying the need for escape that people are made to acquiesce, accept and fit into the requirements of our society»<sup>10</sup> (Mathiesen, 1997: 230).

En otras palabras, consumimos los espectáculos porque nos entregan un paradigma del mundo que es mejor -más simple, más cómodo, menos doloroso- que el mundo real; y, al consumir esos espectáculos, sometemos nuestras conciencias a la modificación. Los mensajes del paradigma del mundo nos alejan de ciertas miserias cotidianas y, al mismo tiempo, nos convierten en almas dóciles.

No debe asumirse, sin embargo, que el paradigma del mundo es único y homogéneo. El capitalismo contemporáneo nutre las diferencias y acoge los nichos, su naturaleza es la de una aparente de libertad cuando esta se verifica en el consumo. Por ello, el paradigma del mundo está compuesto de imágenes, múltiples, heterogéneas, variables y contradictorias; por ellas, habla al mismo tiempo de la abundancia y riqueza de la comida, como del *fitness* y lo orgánico. Muestra la abundancia de calorías como una forma de felicidad, y al mismo tiempo, hace deseable la esbeltez y otras formas de la belleza; vende cigarrillos y métodos para escapar a la adicción a la nicotina, promueve productos con terribles huellas de carbono y, otros productos, que cumplen una función similar sin afectar la atmósfera terrestre. Los miedos son personales y el consumo propone un escape a todos ellos.

---

<sup>10</sup> Es, satisfaciendo sus necesidades de escape, que las personas son convencidas de acoger, aceptar y encajar en los requerimientos de nuestra sociedad.

El análisis que desarrolla Mathiesen sobre el poder y el control, que se ejerce desde el sinoptismo, presenta un problema de actualización pues, su entendimiento es obtenido mediante un examen de los medios de masas *tradicionales*, presentes en la fecha del estudio. Mathiesen no podía predecir los profundos cambios que, el colapso de la primera generación de medios web seis años después de su estudio, tendrían sobre la producción, el consumo de imágenes y de espectáculos en el mundo entero.

En su análisis sobre los sistemas de comunicación disponibles en el momento de su investigación, Mathiesen sostiene que, quienes dominan los medios, y por lo tanto la producción de imágenes, provienen, casi exclusivamente, de las élites de la sociedad. En consecuencia, en la producción de medios siempre está reflejado el interés y la visión del mundo de esas élites y; los espectáculos con los que se alimenta sinóptico mundial, reflejan una única porción del capitalismo contemporáneo. Esto puede cierto cuando se trata de los grandes conglomerados de medios masivos, pero requiere una actualización con respecto a la *web 2.0* y a las redes sociales.

Ya se ha discutido cómo, en la sociedad de control, desaparece la distinción entre vigilantes y vigilados pues, la modulación permanente, no acepta ninguna división, ni tampoco algún orden binario de modo que, las mercancías, fluyan libremente y, el consumo, solucione todos los escollos sociales. La biopolítica de Foucault, cenit del sueño disciplinario, donde el poder organizaría todos los aspectos físicos de la sociedad, ha cedido el paso a la psicopolítica, que es otra forma de dominio en donde, el cuerpo es secundario y, el objeto de control, es la mente; retomando a Han (2015, p. 25):

Nos dirigimos a la época de la psicopolítica digital. Avanza desde una vigilancia pasiva hacia un control activo. Nos precipita a una crisis de la libertad con mayor alcance, pues ahora afecta a la misma voluntad libre. El Big Data es un instrumento psicopolítico muy eficiente que permite adquirir un conocimiento integral de la dinámica inherente a la sociedad de la comunicación. Se trata de un *conocimiento de dominación* que permite intervenir en la psique y condicionarla a un nivel prereflexivo.

La intervención de la psique es entonces, el fin del control y, la herramienta adecuada para ello, es el espectáculo, la distribución de imágenes, el sinóptico.

Han discute a menudo sobre el Big Data como instrumento. La recolección de datos acerca de los sujetos, constituye un negocio tan importante en la economía digital que, representa la esencia de compañías como Facebook o Google, así como sus enormes beneficios financieros. También, ha sido mencionado cómo, siguiendo técnicas muy avanzadas de perfilación, reconocimiento de patrones y análisis estadístico; las compañías digitales pueden adentrarse en las profundidades de la individualidad de los sujetos y, descubrir, aspectos muy personales, que no han sido, en sus interacciones digitales, explícitamente revelados.

El objeto último de tanta inteligencia sobre los individuos es, por supuesto, la construcción de imágenes seductoras para el impulso definitivo del consumo, la generación de espectáculos publicitarios diseñados para que, el producto que se anuncia, sea irresistible. Esa forma de generación y distribución de imágenes, fundamental en el análisis de las nuevas economías no es empero, el objeto del presente trabajo. La producción de imágenes publicitarias, que salen de las agencias de los laboratorios de *marketing* y, que se apoyan en Big Data no representan, en sí mismas, el control de los sujetos por los sujetos mismos.

Hay otro tipo de sinóptico, que se construye cuando hay una observación por parte de los individuos sobre los actos y documentos digitales que, los miembros de sus redes sociales exponen, con una clara intención, en sus momentos de hipercomunicación, y cuando el *Big Brother* presente en la psicopolítica digital, le traslada su tarea central al mismo sujeto de vigilancia:

La sociedad del control digital hace un uso intensivo de la libertad. Es posible sólo gracias a que, de forma voluntaria, tienen lugar una iluminación y un desnudamiento propios. El Big Brother digital traspasa su trabajo a los reclusos. Así, la entrega de datos no sucede por coacción, sino por una necesidad interna. Ahí reside la eficiencia del panóptico. (Han, 2015, p. 21)

De nuevo, el panóptico es el centro de los análisis de la vigilancia digital, probablemente porque es más evidente la posición de generadores de campos de visión voluntarios, por parte de los sujetos.

Pero, los actos publicados por los individuos, como ya ha sido elaborado, no sólo son vigilados por las grandes corporaciones digitales, gubernamentales y comerciales; también, los mismos sujetos, son impactados por las imágenes que construyen sus semejantes y, en esa observación, se configura un dispositivo sinóptico que es, posiblemente, más contundente en el control de la sociedad que los aspectos panópticos de la misma.

### ***Facebook como Sinóptico***

Las redes sociales le deben mucho de su prestigio como revolución de la comunicación humana a su condición interactiva, cualidad que les permite, sirviéndose del internet, garantizar la *autocomunicación de masas*, que es, la capacidad otorgada a las personas de construir sus propios conductos de comunicación masiva al margen de los grandes medios tradicionales. En este sentido, sería de esperar que, los internautas sean bastante activos en la red y que, en cuanto al dispositivo panóptico, levanten a menudo el campo de visión voluntario sobre sí mismos.

Por otro lado, se habla a menudo de un tipo especial de habitante de las redes sociales, conocido como *Lurker*. En la jerga de la web el *lurker*, es el es espectador pasivo, aquel que observa los fenómenos pero que, no interactúa ante el ofrecimiento de contenido de los demás por los mecanismos de comentarios o *Like*. Asimismo, el *lurker* es también aquel sujeto que, siendo miembro de una red social, no aporta contenido a la misma pues, no ofrece su vida a la mirada de los demás, no *postea*. La naturaleza eminentemente interactiva de la red y, de Facebook en particular, puede llevar a juzgar erróneamente la verdadera naturaleza de la participación social. La realidad, según se comprueba, es que, la gran mayoría de las personas, con frecuencia, permanecen silenciosas en Facebook y se asimilan a la clasificación de *Lurker*.

Este fenómeno de asimetría en la interactividad dentro de las redes, se conoce como *desigualdad en la participación*, o *Participation Inequality*. Según un estudio de Nielsen en 2006, la participación social en las redes sigue la regla del *90-9-1*, que en otras palabras significa que, el 1% de los

participantes de una red social, contribuyen con contenido; el cual es comentado o desarrollado intermitentemente por el 9%, mientras que, el 90% de los miembros de la red observan, pero no contribuyen de ninguna manera.

Es decir, el 1% de los habitantes de un grupo determinado en Facebook, se expone a la mirada vigilante del *panóptico digital*, construyendo y publicando documentos. El 9% actúa simultáneamente como espectador y guardián activo, ejerciendo advertencias, reproches o dispensando recompensas; mientras que, el 90% restante, los actos que se despliegan ante sus ojos en la red social, adquieren únicamente la condición de sinóptico y, en consecuencia, lo que observan les proporciona, no sólo un sistema de reglas que deben observarse para navegar con éxito los meandros sociales sino, también el paradigma de la forma de *ser*, las articulaciones de la psique que pueden determinar su felicidad o idoneidad como sujetos contemporáneos.

El comportamiento social en Facebook se asimila al dispositivo sinóptico pues, el 9% que actúa como guardián activo es, también, parte del público del sinóptico, con lo que resulta una abrumadora mayoría. Sólo una escasa minoría del 1%, siente la compulsión de compartir su vida, de desnudarse y hacerse transparente e hipercomunicado; condición que Han atribuye la vigilancia digital en medio de la sociedad de control. Sin embargo, ambos fenómenos están ligados y, como se verá más adelante, actúan simultáneamente. Basta aquí señalar que, sin la autoiluminación que el 1% crea sobre sí, el restante 99% no tendría sinóptico al cual acudir desde la perspectiva social que es, el objeto de este trabajo.

Por otro lado es importante aclarar que, si bien las proporciones del 90-9-1 se conservan a través del tiempo y de los acontecimientos, el rol de los sujetos es móvil, confirmando el concepto de Han con respecto al desmonte de la perspectiva en el *panóptico digital* pues, según lo que propone, un sujeto puede ser *lurker* en un determinado momento pero, es posible que, en un siguiente acontecimiento social actúe como juez y sea contabilizado en el 9% o incluso que, en otro momento

levante un campo de visión sobre sus actos, voluntaria o involuntariamente. No existen perfiles fijos de actuación en Facebook pero, se conservan las relaciones de panoptismo y sinoptismo del 90-9-1.

El sinóptico, como ha sido discutido con anterioridad, opera distribuyendo lecciones sobre aquellos comportamientos generan la aprobación o la desaprobación del poder, pero es más importante aún, resaltar que este hace también, una implantación furtiva, usando imágenes seductoras, de una ideología -un «paradigma del mundo-, en las mentes de los individuos. Finalmente, el *miedo* a perder o a fallar a ese paradigma, determina cómo los sujetos absorben las imágenes seductoras y, se apropian de unas subjetividades correctamente conformadas, según las necesidades del poder.

Un número creciente de estudios confirman que, Facebook, cumple una función importante en la conformación y reconfiguración de las interioridades de los sujetos a partir, del dispositivo sinóptico, al que acceden para vislumbrar los actos de sus semejantes. En el estudio presentado en 2014, *Detecting Emotional Contagion in Massive Social Networks* (Coviello, et al.), demostraron que, las emociones de los sujetos, se modifican según las emociones transmitidas en los documentos que sus amigos publican de modo que, las redes sociales en general y, Facebook en particular, actúan como sincronizadores anímicos:

We have confirmed here that individual expression of emotions depends on what others in an individual's social network are expressing. These results imply that emotions themselves might ripple through social networks to generate large-scale synchrony that gives rise to clusters of happy and unhappy individuals. And new technologies online may be increasing this synchrony by giving people more avenues to express themselves to

a wider range of social contacts. As a result, we may see greater spikes in global emotion that could generate increased volatility in everything from political systems to financial markets<sup>11</sup>

Por otro lado, Chou y Edge indicaron en el estudio publicado en 2012, “*They Are Happier and Having Better Lives than I Am*”: *The Impact of Using Facebook on Perceptions of Others' Lives* que, el observar los documentos, que los amigos comparten en Facebook, llevan a quienes observan a cuestionar su felicidad y, la forma correcta de vivir sus propias vidas. Este efecto de comparación desfavorable, con respecto a la propia vida, tiende a incrementarse a medida que, el observador pasa más tiempo en Facebook y, es un efecto exacerbado cuando, el observador tiene en sus redes, amigos a los que no conoce personalmente por lo que su relación es puramente digital

When forming impressions of others, it is easy for frequent Facebook users to recall the statements and pictures posted by their Facebook friends. Since people are motivated to make positive self-presentations, the information and images posted by Facebook friends tend to be socially desirable. Constantly reading others' reported positive life events, as well as frequently seeing others' pictures of happy moments, could give Facebook users an impression that others are happy and have good lives. In contrast to their own life events, which might not always be happy and positive, frequent Facebook users might perceive that life is not fair.<sup>12</sup>

Mediando la relación, entre la observación pasiva que el *lurker* practica en Facebook y, su satisfacción con la vida propia, hay un fenómeno que, en el estudio presentado durante la décima primera Conferencia Internacional de *Wirtschaftsinformatik* en 2013 por Krasnova, Wenninger,

---

<sup>11</sup> Hemos confirmado que las expresiones individuales de emociones dependen de lo que otros en la red social de un individuo están expresando. Estos resultados implican que las emociones en sí mismas pueden propagarse a través de las redes sociales para generar sincronías de gran escala que dan lugar a grupos de individuos felices o infelices. Y las nuevas tecnologías en línea pueden estar incrementando esa sincronía al dar a las personas más medios para expresarse ante un rango más amplio de contactos sociales. Como resultado, es posible apreciar mayores picos en la emoción global que podrían generar incrementos en la volatilidad en todo, desde sistemas políticos hasta mercados financieros.

<sup>12</sup> Al formarse impresiones sobre los otros, es fácil para los usuarios frecuentes de Facebook, recordar las declaraciones y las fotos publicadas por sus amigos de Facebook. Dado que, la gente motivada para hacer autopresentaciones positivas, la información y las imágenes publicadas por amigos de Facebook tienden a ser socialmente deseables. Constantemente la lectura de los informes, de los eventos positivos de la vida de los otros, así como ver con frecuencia, las fotos de sus momentos felices, podría dar a los usuarios de Facebook una impresión en que, los demás son felices y tienen buenas vidas. A diferencia de sus propios eventos de la vida, que no siempre son felices y positivos, los usuarios frecuentes de Facebook pueden percibir que la vida no es justa

Widjaja, & Buxmann; denominado *Envidia*, y se define como «una mezcla de sentimientos desagradable y, a menudo dolorosa, causada por la comparación con una persona o grupo de personas que poseen algo que deseamos». Es posible que, este concepto de envidia sea una materialización consumista del miedo, que es mencionado por Hardt y Negri, como elemento central del espectáculo y, que tiene origen en, la distancia que el espectador puede percibir entre, su propia vida y el paradigma del mundo, que es distribuido por el sinóptico.

Krasnova, Wenninger, Widjaja, & Buxmann, expusieron que, el 21.3% de los sucesos de Envidia, que experimentaron los sujetos del estudio, tuvieron lugar mientras asumían el rol de espectadores pasivos en Facebook. Adicionalmente, los investigadores clasificaron los asuntos que dispararon la situación de Envidia encontrando que, el 56.3% de los sucesos estuvieron originados por la observación de los documentos sobre «viajes y placer» esto es, por la observación del consumo de experiencias que sus amigos publicaron en la red social. Otros detonadores importantes de Envidia fueron: la observación de las interacciones sociales de los demás, su «felicidad», «su apariencia» y su «éxito».

En el mismo estudio los investigadores detectaron posibles estrategias que, los sujetos observadores pasivos o *lurkers* emplearon para sobreponerse a la situación de Envidia. Dentro de ellas encontraron que, los sujetos pueden, abandonando la pasividad, publicar a su vez sus propios documentos, incurriendo en prácticas de autopromoción, esta, por supuesto, definida por la capacidad que tenga el sujeto de exponer, a la mirada vigilante, una porción de su vida que sea digna del aplauso, como fue ya determinado en la discusión sobre el *panóptico digital*:

Users of computer-mediated communication can employ several techniques to optimize their self-presentation and promote desired relationships, such as spending more time with greater cognitive resources to edit the messages, carefully selecting photo- graphs, highlighting their positive attributes, presenting an ideal self, having a deeper self-disclosure, managing the styles of their language, or providing a set of links to other sites or

associating themselves with certain people, symbols, and material objects. Through these actions, users of computer-mediated communication can leave better impressions on others.<sup>13</sup> (Chou y Edge, 2012: 117)

Si esta condición es factible, entonces el *lurker* puede dejar de serlo y convertirse en un vigilado por el panóptico en Facebook lo que, constituye un ciclo de realimentación entre el papel de espectador pasivo y autoiluminado que es fundamental en la red social, pues los sujetos:

Engage in even greater self-promotion and impression management. After all, overstatement of personal accomplishment is a common reaction to envy feelings [44]. This behavior can trigger the phenomenon we denoted as the self-promotion – envy spiral, with users reacting with even more self-promotional content to the self-promotion of others.<sup>14</sup> (Krasnova, Wenninger, Widjaja, & Buxmann, 2013)

Como puede verse, la observación pasiva en Facebook, que se configura en un dispositivo sinóptico afecta, directamente, la percepción que los sujetos tienen sobre sí mismos y sobre el curso de sus vidas y, los impulsa a efectuar adaptaciones y mejoras para parecerse más al paradigma del mundo que es distribuido por el sinóptico.

En Facebook, el sinóptico está constituido entonces por dos elementos centrales que son, el documento que el amigo comparte y distribuye con *intención* demostrativa, sea sobre su propia vida o sobre la de un tercero, como ocurre en las *shitstorms*; y, el conjunto de comentarios, *likes* y reacciones que, el 9% de la regla de desigualdad en la participación, construye sobre el material original. El observador pasivo consume ambos elementos como un único espectáculo y, es consciente

---

<sup>13</sup> Los usuarios de la comunicación mediada por ordenador pueden emplear varias técnicas para optimizar su auto-presentación y promover las relaciones deseadas, como dedicar más tiempo y con mayores recursos cognitivos para editar los mensajes, seleccionar cuidadosamente las fotografías, resaltar sus atributos positivos, presentar un yo ideal, Tener una auto-revelación más profunda, manejar los estilos de su lenguaje, o proporcionar un conjunto de enlaces a otros sitios o asociarse con ciertas personas, símbolos y objetos materiales. A través de estas acciones, los usuarios de la comunicación mediada por ordenador pueden dejar mejores impresiones en los demás.

<sup>14</sup> Participar en una mayor auto-promoción y gestión de las impresiones. Después de todo, la exageración de la realización personal es una reacción común a los sentimientos de envidia [44]. Este comportamiento puede desencadenar el fenómeno que denotamos como espiral de auto-promoción-envidia, con los usuarios reaccionando con un contenido aún más auto-promocional a la auto-promoción de otros

entonces, tanto del documento que manifiesta la exitosa vida de su amigo o del suceso que detona una *shitstorm*, como de las reacciones que, el mismo suceso genera en la red social. El sinóptico recoge documento y reacciones como un mismo fenómeno y, el espectador pasivo, recibe el conjunto de reglas, así como instrucciones sobre qué debe *ser*, del esquema completo. De esta manera el sujeto del sinóptico, rediseña constantemente su vida, que llega a considerar incluso como un proyecto que se realiza según los mensajes del sinóptico. Ese proyecto, siendo en apariencia elegido por el sujeto, parece también una forma de libertad; pero es en esencia, una libertad seleccionada y permitida por la forma actual del capitalismo, lo cual puede entenderse como una contradicción en los términos. De acuerdo con Han (2014, p. 11):

Hoy creemos que no somos un sujeto sometido, sino un proyecto libre que constantemente se replantea y se reinventa. Este tránsito del sujeto al proyecto va acompañado de la sensación de libertad. Pues bien, el propio proyecto se muestra como una figura de coacción, incluso como una forma eficiente de subjetivación y de sometimiento. El yo como proyecto, que cree haberse liberado de las coacciones externas y de las coerciones ajenas, se somete a coacciones internas y a coerciones propias en forma de una coacción al rendimiento y la optimización.

## **Simultaneidad del panóptico y sinóptico en Facebook**

Un dispositivo panóptico se configura cuando, un esquema de vigilancia opera mediante un campo de visión que es evidente para el vigilado y, que produce una -también evidente- asimetría en la cantidad de información que, entre el vigilante y vigilado, este último no tiene sobre el vigilante. Además, el dispositivo debe garantizar que, el vigilado, sea individualizado -separado de la masa, reconocido y observado individualmente- y, el vigilado debe, como resultado del dispositivo cuando opera exitosamente, configurar sus actos físicos de acuerdo con lo que la vigilancia espera de él.

En el ámbito de Facebook, el campo de visión es evidente para el vigilado, sea porque es el mismo sujeto el que levanta sobre si el campo de visión, o porque es etiquetado por su red social, o porque es consciente de su participación en la construcción de un documento publicado. Esa consciencia puede sobrevenir ulteriormente a los hechos y, no equivale a aquiescencia pese a que, el panóptico digital cuenta, en su operación fundamental, con el deseo de los sujetos de exponerse al campo de visión pues, en algunas ocasiones puede ocurrir que, el campo de visión se extienda sobre un acontecimiento particular, en contra de la voluntad del vigilado, en el fenómeno conocido como *shitstorm*.

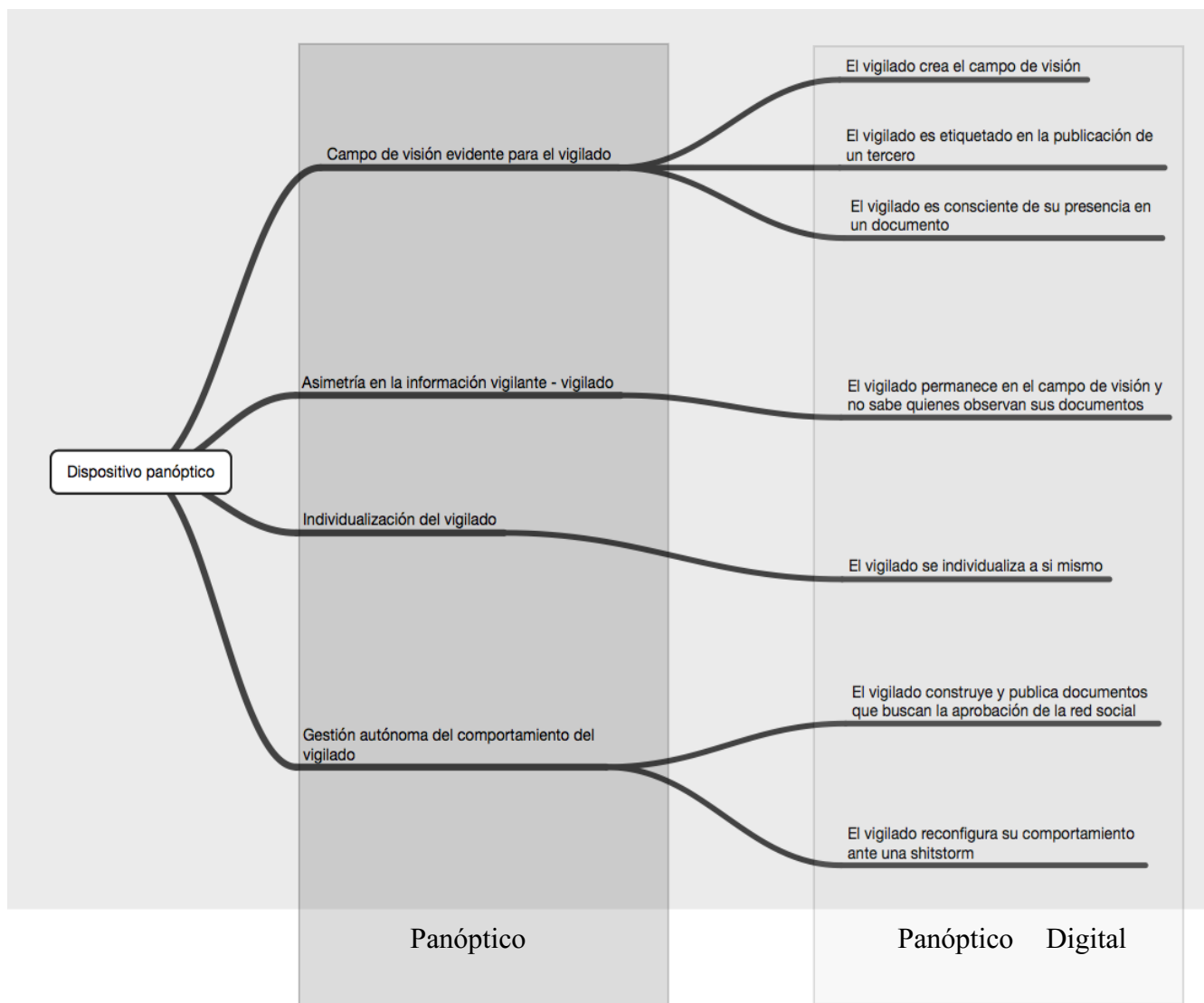
La asimetría en la información ocurre en cada documento cuando es publicado pues, si bien el vigilado sabe quiénes conforman su red social de primer grado, no puede saber quiénes observan sus documentos, pertenezcan o no al grupo de sus amigos, además, Facebook no entrega ningún tipo de notificación sobre *quien* visita o revisa los perfiles o *timelines*.

La individualización en el panóptico digital, es voluntaria porque, debido al fenómeno contemporáneo de la hipercomunicación-transparencia, los habitantes de Facebook acceden a desnudarse ante la mirada de sus semejantes y, emplean para ello, todos los campos disponibles por Facebook, es decir, un perfil personal, conjuntamente con una información especial. El

comportamiento de los sujetos, es cuidadosamente preparado para la obtención del aplauso y la admiración de su red social con lo que, se cierra el ciclo de la vigilancia panóptica en Facebook.

En el panóptico de Facebook, se elimina la perspectiva, la diferenciación binaria entre vigilante y vigilado, y todos los sujetos pueden, por turnos, asumir cualquiera de los dos papeles.

La **Figura 1** recoge la caracterización del dispositivo tradicional con su aplicación digital.



**FIGURA 1:** CARACTERIZACIÓN DEL PANÓPTICO TRADICIONAL Y DE SU APLICACIÓN DIGITAL.  
Fuente: Elaboración propia.

La injerencia del dispositivo sinóptico, en Facebook, se presenta en dos tipos de espectadores: el espectador pasivo *-lurker-* y; el espectador activo, que genera comentarios y documenta reacciones sobre el sujeto del panóptico. Nada impide el movimiento entre el espectador pasivo y activo, pues se trata de roles que fluyen permanentemente. Ambos tipos de espectadores, consumen las imágenes y también consumen el espectáculo, que es aumentado por los comentarios de los espectadores activos. Los espectáculos distribuyen un paradigma del mundo, efectuando una sincronización social que responde a las necesidades del capitalismo contemporáneo.

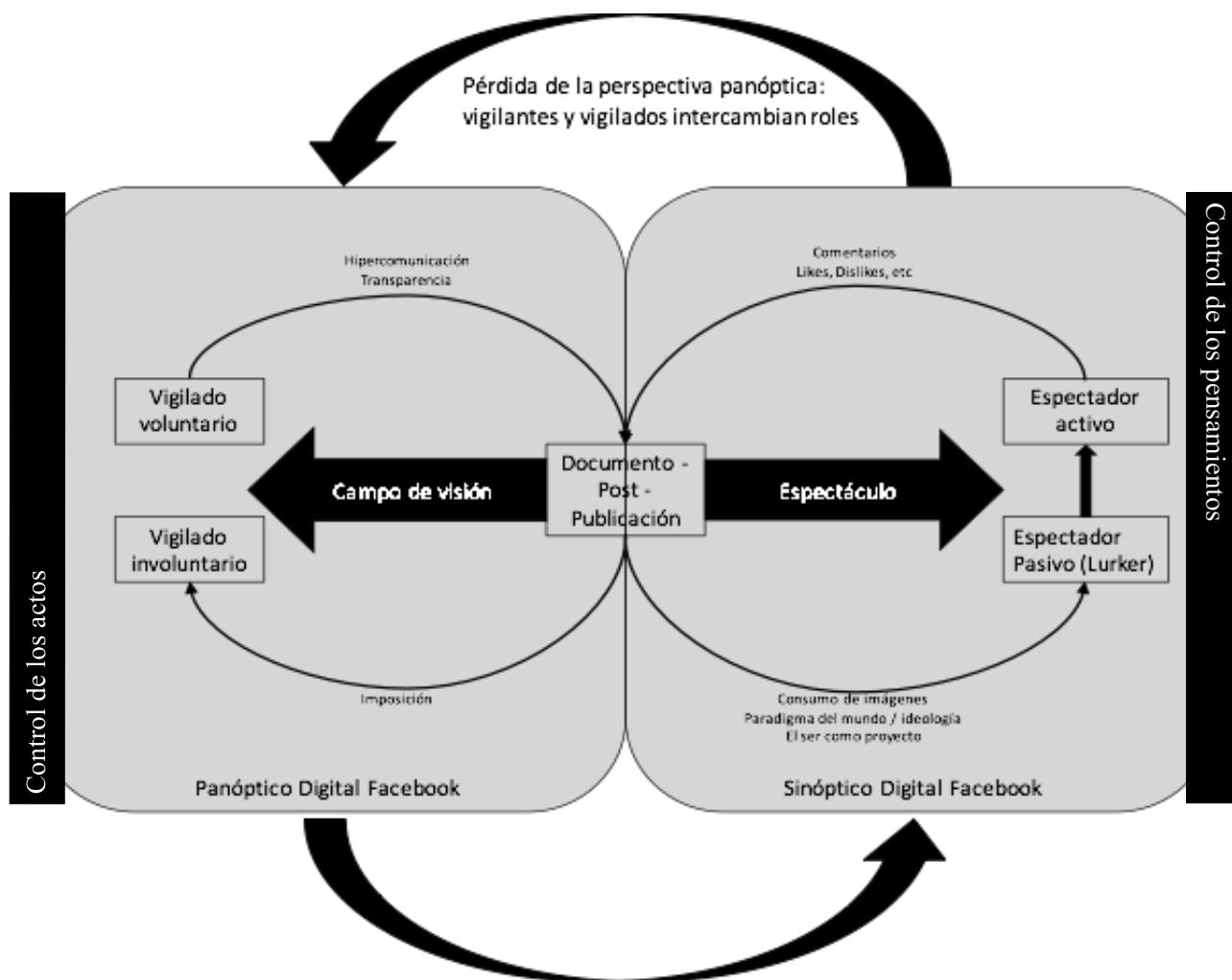
La sincronización, que no significa homogeneización sino más bien un *ponerse de acuerdo* en la aceptación y estimulación de los nichos culturales ocurre, porque, los espectadores efectúan una comparación activa y permanente entre sus vidas y lo que asumen, a partir de las imágenes compartidas que son, las vidas de los otros. Tras esa comparación, el espectador determina una distancia, es decir, una diferenciación entre su vida y la forma correcta de vivir escenificada en las imágenes del sinóptico para establecer, por un lado, un patrón de conducta correcta, y por otro, no solo establecer sino también ajustar, de manera permanente, su vida, entendida por los sujetos contemporáneos, como proyecto, en otras palabras, algo que está en curso, en construcción, que se modifica y ajusta según las circunstancias; y en ese proyecto permanente, se configuran los designios del poder.

Hay un eje central en donde ambos dispositivos coinciden y operan simultáneamente, y es el documento, *post* o publicación. En el dispositivo panóptico digital, el *post* consiste en la aparición o materialización del campo de visión sobre el sujeto de vigilancia. El dispositivo sinóptico digital reside en el mismo documento, entendido como un espectáculo, que es consumido por los espectadores de la red social. La doble interpretación del documento es posible pues, los dispositivos, generan sus resultados sobre un extremo de la relación y, tratan al otro extremo -el otro sujeto-, con una relativa indiferencia. Así, el panóptico adquiere importancia cuando se analiza con respecto al

vigilado, quien siente sus efectos y sobre quien, se maximizan los objetivos sociales, dejando al mismo tiempo al vigilante, en una consideración mucho menor.

El dispositivo opera sin dificultad inclusive cuando el vigilante esté ausente o, su presencia sea intermitente y, no tenga ninguna cualidad o capacidad específica para ocupar el rol; pues, en el panóptico se automatiza y anonimiza la operación del poder. Por su parte, el sinóptico opera sobre el espectador y el actor es, desde el punto de vista de la maximización de los objetivos sociales, de menor relevancia, como mero elemento de un dispositivo de control social, hasta el punto que, en el sinóptico moderno los espectáculos no exigen ningún tipo de capacidad narrativa o de producción profesional para su generación, pues son los mismos individuos quienes los generan, distribuyen y consumen.

El esquema de operación simultánea de los dispositivos puede apreciarse en la Figura 2.



**FIGURA 2:** OPERACIÓN SIMULTÁNEA DEL PANÓPTICO DIGITAL Y EL SINÓPTICO DIGITAL EN FACEBOOK.

Fuente: Elaboración propia.

Esta operación simultánea genera un circuito cerrado, que hace muy eficiente el ejercicio de la vigilancia y del control. El dispositivo panóptico se encarga de optimizar los actos físicos y las manifestaciones externas de los vigilados. Los sujetos desean exponerse al campo de visión y, para ello, se aseguran en documentar, de la mejor manera posible, los sucesos que les hacen dignos del aplauso. En la preparación para la documentación, hay una serie de estrategias sobre la elección sobre lo que documentar, cuando, la forma final del documento, la auto censura. Al final, el sujeto construye lo que considera la mejor imagen de sí mismo, y ese es el documento, en el que yace el control y el autocontrol, que logra la publicación.

Ahora, los espectadores del lado sinóptico del dispositivo, ajustan su idea de felicidad y de lo que es su vida, según lo que deducen que es la vida del vigilado, a partir del documento publicado, y adaptan, de acuerdo a la medida de la diferencia, como ya se ha visto, el proyecto de su ser.

El sinóptico controla la interioridad del espectador de modo que, cuando este debe enfrentarse a un cambio de rol y someterse al lado panóptico, lo que implica que, atraerá sobre sí, el campo de visión; el documento que construye es una mejor demostración de la aquiescencia del sujeto con respecto a las intenciones del poder, pues el sujeto ha ajustado previamente, el curso de su vida y la documentación de la misma, con la que se someterá al campo de visión, y con ello da cuenta de la lección aprendida, por medio del sinóptico, sobre cómo comportarse y como ser.

Este comportamiento cíclico, ha sido entrevistado por Krasnova et al. (2013), desde la perspectiva de la angustia, que la vida en las redes le produce al sujeto contemporáneo y, lo han denominado *espiral de envidia y autopromoción*, con la particularidad que, los documentos generados por los sujetos que operan en esa espiral, tienden a exagerar aquellas condiciones que consideran les garantizan el aplauso:

As part of their envy-coping plan, some users may engage in even greater self-promotion and impression management. After all, overstatement of personal accomplishment is a common reaction to envy feelings. This behavior can trigger the phenomenon we denoted as the self-promotion – envy spiral, with users reacting with even more self-promotional content to the self-promotion of others.<sup>15</sup>

Así, en el circuito cerrado del sinóptico-panóptico, el sujeto se enfrasca en una mejora continua de sí mismo, observando a los demás, evaluando la distancia con respecto a su vida, trazando un plan, documentando los resultados de ese plan, y publicándolos en la red social, pasando así del sinóptico

---

<sup>15</sup> Como parte de su plan para afrontar la envidia, algunos usuarios pueden participar en una mayor auto-promoción y gestión de impresiones. Después de todo, la exageración del logro personal es una reacción común a los sentimientos de envidia. Este comportamiento puede desencadenar el fenómeno que denominamos espiral de auto-promoción-envidia, con los usuarios reaccionando con un contenido aún más auto-promocional a la auto-promoción de otros

al panóptico. El ciclo se repite permanentemente y, al hacerlo, el sujeto percibe libre, pues está concentrado en su propio proyecto, proyecto que el mismo individuo se ha impuesto. Sin embargo, cabe resaltar que, tanto la realización del proyecto como su mejora continua, pasa por el consumo; consumo de experiencias principalmente, pues estas -vacaciones, por ejemplo-, representan una fuente inagotable de publicaciones que, no son percibidas como hostiles y, que al mismo tiempo, están cargadas de significados dependientes del lugar de las vacaciones, la clase de hotel, las actividades realizadas; mientras que, otro tipo de consumos documentados, podrían genera el rechazo de la red social, como en el caso de los consumos hedonistas representados en productos de lujo.

Cuando un campo de visión en Facebook opera en contra de la voluntad del vigilado, siempre y cuando se preserven las condiciones que confirman la condición panóptica de vigilancia, a saber, individualización, asimetría en la información, campo de visión consciente; el proceso cíclico descrito, se conserva también; y solamente muda, la característica de autoiluminación, que es reemplazada por una iluminación forzada y, en ocasiones dolorosa y dramática; pero que, el vigilado, sigue experimentando, en retrospectiva, los mismos efectos de auto control. En el lado sinóptico, los espectadores activos, pueden encargarse de la distribución del documento con una intención clara de exposición, como podría ser una lección desde la vida de otro, están habilitados para desencadenar de esta manera, una *shitstorm*, pues junto con los pasivos, recuperan del espectáculo lecciones, con frecuencia más fuertes y dolorosas, sobre el comportamiento y el pensamiento.

Y es entonces, en la aplicación combinada de panóptico y sinóptico, que se consuma el proyecto de sociedad de control pues, en la última etapa del poder capitalista, el control opera sobre los cuerpos y las almas, y cubre todas las actividades humanas, ya que «El poder se expresa pues como un control que se hunde en las profundidades de las conciencias y los cuerpos de la población y, al mismo tiempo, penetra en la totalidad de las relaciones sociales» (Hardt y Negri, 2015, p. 45). La condición de dispositivo perfecto de control social, se puede rastrear en una plétora de acontecimientos, privados o públicos, benévolos o dolorosos

Facebook proporciona, no sólo el territorio en el que el panóptico y el sinóptico operan coordinadamente, para ejercer el control sobre los cuerpos y las almas de los individuos; sino que también, permite analizar el fenómeno a través de técnicas como, por ejemplo, la *netnografía*. En las páginas siguientes se hace uso de este instrumento de investigación social para la confirmación del fenómeno analizado, a modo de ejemplo localizado.

El caso propuesto, presenta las características de una *shitsorm* y, ha sido elegido como ejemplo, porque permite vislumbrar las condiciones más extremas del dispositivo, es decir, una iluminación involuntaria, que se hace dolorosamente evidente al vigilado, también permite una clara diferenciación entre los espectadores activos y pasivos y, admite la medición de los efectos sinópticos en el público, que lleva a rastrear los efectos del campo de visión sobre el sujeto de vigilancia.

### **El caso de Melissa Bermúdez**

El 14 de junio de 2015, apareció en internet, un video *aficionado*, en el que una mujer joven aparece en medio de una acalorada discusión con un agente de tránsito, en una avenida principal de la ciudad de Medellín. El video, capturado con la cámara del teléfono móvil de un transeúnte, llegó por diferentes fuentes a Facebook. Algunas de esas fuentes fueron medios periodísticos que mantienen páginas en la red social -Telemedellin, Minuto 30-; pero el video fue también ampliamente difundido por individuos, desde sus perfiles de la red. Varias versiones del video permanecen en ella, incluyendo algunos editados en cuanto a su duración, alguno con los rostros de los participantes ocultos.

El video fue, en el momento de aparición y por un corto tiempo después, objeto de gran controversia, tanto en la red social como fuera de ella. El asunto adquirió dimensiones tan grandes que saltó a los medios de comunicación tradicionales y, el escándalo multimedia que suscitó, provocó a su vez, consecuencias importantes en la vida de la protagonista. Aunque el suceso fue pronto olvidado, arrastrado por la marea incesante de acontecimientos que deben satisfacer el hambre de las

redes sociales y, pese a ser un ejemplo extremo de la operación simultánea del panóptico y el sinóptico en Facebook -el mismo dispositivo puede verificarse en documentos más amables, en donde no exista una afectación severa de una persona-; este caso tiene una serie de características que lo hacen propicio para ilustrar los aspectos más complejos de la operación, y además, reúne una serie de condiciones que hacen posible el rastreo de los diferentes parámetros que constituyen cada dispositivo.

El propósito de las líneas siguientes es verificar, a partir de los conceptos elaborados en las secciones anteriores, un ejemplo de la instrumentalización simultánea de los dispositivos. Para ello, el suceso será analizado en un primer momento, desde su operación como sinóptico, puesto que, de esa forma fue experimentado por la gran mayoría de las personas, y además, es posible que el componente panóptico del suceso, no se haya materializado sino cuando el espectáculo gozara de gran audiencia. Después de una discusión sobre la conversión del espectáculo en dispositivo panóptico, se analizará la operación simultánea de los dos dispositivos.

### **Melissa ante el Sinóptico**

Una forma superficial de catalogar un suceso como sinóptico, consiste en considerar que este, ocurre cuando *muchos* vigilan a *pocos*. En este sentido superficial, el evento de Melissa Bermúdez presenta unas métricas importantes.

El video, que es una grabación de aficionado, tomada con la cámara de un teléfono móvil, tiene una duración total de 3 minutos y 25 segundos, y está titulado ¿¿*Ud no sabe quién soy yo??*?. Este inicia en medio de una riña, en la cual, la protagonista interpela a un guardia de tránsito en medio de la calle, en la escena también participa un policía, que al parecer intentar tranquilizarla, y que genera en la protagonista una reacción, en la que demanda que «no la toquen» y al mismo tiempo, informa al policía que no «sabe con quién se está metiendo».

La mujer, muy joven, tiene en sus manos una botella de bebida energizante; su padre aparece después de un corte de la grabación y, cuando intenta calmar a Melissa ella responde, que no se va a dejar quitar las llaves del carro. La discusión se prolonga durante los minutos del video y la joven, en algunas oportunidades insulta a los policías y al guarda de tránsito.

En otro corte del video, la joven saca del vehículo un par de certificados y los agita frente a los policías, en modo de explicación y protesta simultáneamente, pues ella «estaba en una ceremonia de graduación». Gritando, pide al agente de tránsito que le explique «¿qué hemos hecho de malo?», mientras aclara que, su padre, lo único que hizo fue recogerla en la universidad. Se suceden momentos de sollozo y de furia, de arrodillarse frente al agente y en un momento se aproxima con una actitud muy agresiva al agente de tránsito, tocando su frente con la de ella mientras lo reta. Al final del video, los dos policías se llevan a la protagonista por la fuerza.

La anterior es una escena anodina, cotidiana, que difícilmente merece un titular en un periódico o un artículo de revista, sin embargo el video, saltó a los medios tradicionales, pero su audiencia y tracción la ganó en las redes sociales. Los protagonistas son transeúntes, personas del común, sumidas en sus propias vidas. En esta escena no hay grandes asuntos, profundas controversias ni personalidades públicas. No hay tampoco, una intención narrativa o de construcción de un espectáculo pues, se trata de un asunto espontáneo, que le ocurrió a personas comunes, en una calle de cualquier de una ciudad, y que es igual, a los otros miles que suceden a diario sin documentación ni sinóptico digital o analógico.

El video, así como los millones de videos, fotos y contenidos similares que conforman Facebook, existe gracias a la compulsión por la transparencia y la hipercomunicación, que propias del capitalismo contemporáneo, se apoya en las máquinas informáticas como el teléfono móvil con cámara, que permiten trascender la vigilancia y el control fuera de los espacios de encierro, y al mismo tiempo distribuir la responsabilidad del control en los mismos sujetos, que terminan

vigilándose unos a otros. Estas imágenes y espectáculos son construidos por los sujetos, distribuidas por los sujetos para el consumo y aleccionamiento de ellos, casi dando la espalda a los medios tradicionales.

En principio, es difícil contabilizar la audiencia total del video en Facebook, pues que existen múltiples instancias del mismo en diferentes espacios, dentro y fuera de la red social. Por otro lado, el video sigue siendo re-editado con lo que, nuevas versiones del suceso y su documentación aparecen en la red, a veces incluyendo chistes, en compilaciones de escenas humorísticas, o en versiones eróticas. Sin embargo, y tomando como punto de partida una sola de las instancias de Facebook en donde pudo verse el video, la versión (*¿¿UD NO SABE QUIEN SOY YO??*, 2015); y la página del grupo *Un paisa nunca se vara*, (Un paisa nunca se vara, s.f.), que será en lo sucesivo, el espacio de referencia para este estudio, en el que varias cifras relevantes pueden encontrarse.

El video en cuestión, y sólo en la página referenciada, ha sido reproducido 813.730 veces desde el momento de su publicación, cifra importante, ya que da cuenta sobre la importancia relativa del suceso para los sujetos. Desde la página, el video fue compartido por 13,936 personas, quienes encontraron el video lo suficientemente relevante como para publicarlo en sus propios perfiles de Facebook, aumentando enormemente la visibilidad de él y la cantidad potencial de reproducciones. El número de *likes* que recibió el video en la página fue considerablemente menor, -5.506 *likes*- y, finalmente, 1.300 comentario se hicieron directamente en la página propia del video dentro del *fanpage* Un Paisa Nunca Se Vara<sup>16</sup>.

**TABLA 2**

*Población del sinóptico en el caso de Melissa Bermúdez - Facebook de Un Paisa Nunca Se Vara*

---

Actores / Protagonistas	5	Melissa, su padre, un guarda de tránsito, dos policías
-------------------------	---	--

---

<sup>16</sup> Los datos aquí mencionados tienen como fecha de inicio junio de 2015 y, como fecha de corte noviembre de 2016.

**TABLA 2***Población del sinóptico en el caso de Melissa Bermúdez - Facebook de Un Paisa Nunca Se Vara*

---

Espectadores	813.730	Asumiendo una reproducción por persona en promedio
Espectadores activos	5.506	Cantidad de reacciones: likes, etc. Los comentarios son desarrollados por un subconjunto de los espectadores activos
Espectadores que distribuyen el documento como sinóptico	13.936	Sujetos que publicaron el video desde sus perfiles personales

---

Desde la perspectiva simplista, en la que se ve al sinóptico como la estructura en donde muchos observan a pocos, las cifras anteriores son absolutamente contundentes y, el evento, se configura como una situación sinóptica. Sin embargo, esa definición superficial es insatisfactoria pues, solo con la supervisión, por parte de un grupo grande de personas sobre uno menor, no se establece necesariamente un dispositivo de control y de vigilancia. Para que se configure el dispositivo es necesario que, los actos de pocos difundan un *paradigma del mundo* a los espectadores.

El paradigma actúa al ser implantado en las conciencias de los espectadores y resultan modificadas por ello. El sinóptico opera entonces mostrando a los sujetos los premios o los castigos que se derivan de sus acciones, es decir, del uso de sus cuerpos, y al mismo tiempo el espectáculo difunde la ideología que define como deben *ser* los sujetos, en su interioridad, en sus mentes. En definitiva, la exposición de un grupo de sujetos al espectáculo deriva en su sincronización cultural.

Puede aducirse que, esos individuos han sido previamente afectados por espectáculos es decir, cuando esos sujetos se incorporan a una red social, ya se han formado un paradigma del mundo, desde otros medios y desde otras personas que se han expuesto a medios. En consecuencia, sus acciones dentro de internet presentan ya el paradigma del mundo. En otras palabras, en el acto de selección, publicación y distribución de un video en Facebook, está presente la ideología.

No es la intención de este trabajo efectuar un análisis crítico del discurso de los comentarios en Facebook, ni develar la forma de la o las ideologías distribuidas en sinópticos. La intención, en esta sección, es demostrar que Facebook, al actuar como sinóptico, distribuye imágenes que influyen en la autogestión de los individuos. Para ello, es posible emplear métodos *netnográficos*, según los desarrollos de Robert Kozinets en *The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities*(2002) otros, de modo que, un examen cuidadoso sumado al uso de estadísticas permitan evidenciar la operación del sinóptico en la sociedad de control.

Según la aplicación de la metodología netnográfica,<sup>17</sup> ha de surgir un panorama de los aspectos relevantes en los comentarios frente al video, y en efecto, tras el análisis atento fueron identificados 14 focalizaciones en las que se agruparon los comentarios de los espectadores activos.

### ***Cuerpo / deseo***

Es el grupo de comentarios más numeroso, con el 26% del total. En estos comentarios, las circunstancias del video no son importantes, pues los espectadores se centran en el cuerpo de la protagonista como un objeto, que puede ser administrado y, que genera admiración, deseo sexual o rechazo/envidia. Los comentarios en los que se detecta la envidia, siguen a la perfección el planteamiento de los estudios sobre el círculo de autopromoción y envidia, demostrando así el empleo efectivo del sinóptico.

En cuanto a los comentarios de admiración, sus planteamientos hacen caso omiso de todas las demás problemáticas identificadas por los mismos usuarios a saber, mal comportamiento, lenguaje soez, ebriedad y, en general, no reconocen ni analizan comportamientos censurables, pues el cuerpo

---

<sup>17</sup>La tabulación de todos los comentarios, análisis estadísticos, capturas de Facebook y demás, pueden encontrarse en: [https://www.dropbox.com/sh/8tjjvaq5nok35xd/AADXKaLZDAhAjpP\\_VQ0rT9tZa?dl=0](https://www.dropbox.com/sh/8tjjvaq5nok35xd/AADXKaLZDAhAjpP_VQ0rT9tZa?dl=0)

de la protagonista es admirable y, representa una imagen con múltiples alicientes, por lo que nada de que haya hecho es tan importante como su cuerpo.

“Mas rica que una garrafa regalada” (Damian Monsalve); “Con esas tetas se le perdona todo” (López Largo); “Me fije mas en las pechugas . Ojo no soy lesbiana . Curiosidad de ver como bailavan. Me imagino que el man estaba super emocionado.(sic)” (Nayda Del Carmen Mosquera); “Me vale un huevo lo que dijo solo abrí el vídeo para verle las tetas a la tia esa” (Rosember DjroseMBER Montoya); “pero esa paisa si saca el pecho por medallo por ke de eso si tiene bastante” (Vidal Monedero).

### ***Lenguaje soez***

Los comentaristas en este grupo que representan 5% del total, no parecen detectar más en la situación, que el vocabulario empleado por la protagonista, siendo lo fundamentalmente censurable de la situación. Ahora, hay un subconjunto de comentarios, en donde no solo se evidencia el lenguaje, sino que también se problematiza, a través de especulaciones sobre el origen del lenguaje empleado y a través de nexos con la educación, el estrato o a la procedencia Melissa, con lo que, se establece un vínculo entre esta categoría y otras que hacen parte del análisis.

Lo que diferencia este grupo de otros, es que los comentaristas, no apuntan a los demás aspectos del video, de modo que el reproche, va dirigido exclusivamente al uso del lenguaje y no a la situación como tal.

“Huuy con esa boca besas a tu madre?” (Andres Barbaran); “Esta no es precisamente Cindy la hija de doña Gloria la del metro cable?” (Carlos Alberto Calle); “Caras lindas vemos... Q diga tantas groserias y sea tan peliona no sabemos.... Q pena” (Leidy Jhoana Villa Berrio); “Con una mujer tan grosera como esa esta bien que la encierren una 72 oras” (Rousvelt Antonio Ruiz Aldana).

### *Licor / Sustancias*

Los pertenecientes a este grupo, 11% del total, censuran lo que consideran la pérdida del control personal debido al uso de licor u otras sustancias. El tono general es de reproche, enfocado en la embriaguez, y tienden a desaparecer las alusiones al cuerpo y al lenguaje.

“Para los que se detienen mucho en el vino, Para los que van buscando la mistura. No mires al vino cuando rojea, Cuando resplandece su color en la copa. Se entra suavemente; Mas al fin como serpiente mordera, Y como aspid dara dolor. Tus ojos miraran cosas extrañas, Y tu corazon hablara perversidades. PROVERBIOS 23:30- 31- 32- 33” (Doris Valencia); “POR QUE SERA QUE LA GENTE SE PONE MELANCÓLICA DESPUÉS DE ALGUNOS TRAGOS SERVIDOS Y LANCES PASADOS,MIENTRAS PUEDES AHORA CONSUMIRTE UN CIGARRO LEGALIZADO AL IGUAL COMO AQUEL PORRO ES NUESTRO PECADO AUNQUE PROHIBIDO FUE HASTA REALIZADO. CUANDO ME CONFISCA OTRA LEY SOLO QUEDARE CARACTERIZANDO ESE DRAMÁTICO ESPECTÁCULO RE PROGRAMADO...” (Jasson Palacios Orejuela); “Puede buscar ayuda en Alcoholicos Anónimos????” (Melba Marcillo); “El licor cumpliendo con su deber.” (Sterling Manrique Luis Arbey).

### *Ciudad de origen*

Estos comentarios -3%- se concentran en extrapolar el comportamiento de Melissa, por un lado, a todas las mujeres que tienen la misma procedencia, y en otros a generalizar de Melissa sobre todos los nacidos en Medellín y Antioquia, pese a que la situación del video es reprochable en su totalidad es de esperar entre los paisas.

“de hay viene toda la cultura de los ñeros que se difundio por todo el pais,que son o mujeres o menores de edad los cuales se escudan de eso para pasarle encima a todo el mundo GRACIAS por PABLO ESCOBAR , ALVARO URIBE y toda esa clase de delincuentes .....” (Bacarogu Juan Carlos Rodriguez); “que esperabas es una paisa la groseria la tree en la genetica” (Kalice Musa); “paisa perra borracha tenia que ser que pena viejas como esa dan verguenza y despues dicen que por que califican a las paisas asi no se quejen pendejas” (Jenny Fonseca); “paisa tenia que ser para ser tan ñera” (Милтон Фабиани).



como el narcotráfico. Usuarios que, evidentemente no conocen personalmente a la protagonista, deducen que, toda su existencia es igual a la imagen y, que ese espectáculo la define, por lo que Melissa es, a todas luces, una mujer que ejerce, entre otras cosas, la profesión más antigua.

“Ante la falta de argumentos, recurrir a vender el cuerpo, a mostrar los postizos y la grosería es típico en esta clase de mujeres que degeneran el genero.” (Teresa Moya Suta); “Stresada venia de trabajar y iba a rematar la noche con el machucante de turno ....” (Octavio Martín Estaba); “Se esta metiendo con lanprepago mas prepago de Medellin” (Jhon Forero Arias); “Es la Mosa de un traqueto, sus tetas lo delatan...” (Fredy Tomás García Martínez).

### ***Universidad, educación, inteligencia, estrato socioeconómico***

En estos comentarios, se problematiza la educación universitaria, las posibilidades económicas y la inteligencia, pues, al parecer la ninguna de estas características, cuando efectivamente son atribuibles a un sujeto de manera positiva, garantiza un comportamiento adecuado de los sujetos. En ocasiones, los comentaristas sostienen lo contrario, pues afirman que, el disfrute de alguno de los beneficios que Melissa tiene permitido, hace que se comporte de cierta manera, lo que evidencia también, atisbos de malestar social,

“Jajajajaja y q las boletas somos los de estrato 1,2” (Johanna Higueta). Otros ejemplos: “la gente con mas dinero y estudiada son los mas maleducaos” (Josue Hebsson Beltran Bolaños); “Q pena supuestamente profesional le tocara q se suva el diploma x q no creo q nadie le de trabajo asi” (Jose Caviativa); “a beses la gente por que tienen plata creen que todo el mundo debe caer a los pies son altaneros imponentes se gastan una prepotencia que a la final demuestra lo que realmente son” (Gloria Ydé Vasquez); “Bien hecho ojala y en la universidad que trabaja le enseñen vocabulario por que el que tiene deja mucho en que pensar... Y este es el tipo de profecionales que forman nuestros hijos” (Armando Hurtado).

### ***¿Quién es Melissa?***

La preocupación principal de estos comentarios es establecer la identidad de Melissa, especialmente su identidad digital. Estos sujetos son activistas, quieren pasar del desagrado a la

acción; llaman al *carteleo*, a *boletiar* a Melissa, para así enseñarle una lección, y no sólo a ella, sino a la sociedad en general. De alguna manera, en la preocupación evidenciada dentro de estos comentarios, se revela la operación básica del sinóptico, cómo herramienta de la sociedad de control, matizada por la elección del espectáculo en las manos del público mismo.

“para que les borran la cara que todo mundo vea a esa patana de kilo.... Fueran policias ahi si les daban pantalla hp” (M Marlen Mejia); “<https://www.facebook.com/melibermu?Fref=ts> ese es su facebook carleliada” (Juankestein Mejia); “imbecil de la camara poniendo la identidad oculta pa saber que ahi se sabe quien es la vieja hahahah falta de profesionalismo” (Gabriel Ricardo W G); “me parece una completa falta de respeto que no roten el perfil de la nena ome!!!” (Camilo Medina).

### ***Agentes, policías, la operación de la autoridad***

Es el operar de los agentes de instituciones del Estado, -los policías y el guarda de tránsito- lo que es observado en el video. Conviven ahí tanto defensores como detractores, pero en general, el tono es de desazón y de inconformidad por su proceder, ya sea por falta de dureza con Melissa o, por un actuar supuestamente, abusivo, que es el común en las instituciones.

“matar a los tumbos hp perros solo sirven para robarle a la gente de bien lo los verdaderos ladrones cagados de la riza matando o borrachos matando peatones !!!!!” (Esteban Quiceno); “Que falta de respeto con la autoridad. Esa hijueputa debió de haber sido esposada y arrestada de una por care chimba. En otro país no habrían tolerado eso.” (Daniel Perez Arteaga); “Estamos mamados de los agentes corruptos revolución compadre UU motín hptaaa” (Ayumi Nakamura); “Eso hubiera pasado aquí en Estados Unidos y esa mujer estaría en el suelo con esposas y después de que los policías usaran el taser ahí mismo después de que le pegó al primer policía... Les falta hacerse respetar como autoridad y muchísimo más carácter.” (Angela Rodríguez).

### ***Familia***

Se concentran en las acciones del padre dentro del video mismo, y abunda la especulación sobre la efectividad de su familia y sus métodos educativos.

“Qué lindas familias contemporáneas.” (Mónica Betancourt); “Dond fuera sido mi papa me agarra a chankleta en el acto mismo jajaja” (Anngiee Maarin).

### ***Marimacha, agresiva, gay, una mujer no se comporta así***

En estos comentarios, el problema principal es el rol de la mujer, o la falta de ajuste de Melissa a lo que se espera de una, lo que se sustenta en una sexualidad no adecuada.

“Definitivamente hay mujeres que perdieron su lugar y quieren ser hombres como tal hay que tratarlas y ese tipo de marimachos apagan un incendio con gasolina” (A Fernando Ardila); “que verguenza como una mujer hace eso” (Andrea Hernández); “Huyyyy no, que patetica se ve, terrible una mujer en ese estado, dando ese espectáculo.” (Castaño Yurla); “una mujer no debe preocuparse solo por verse bonita físicamente sino también por tener un vocabulario decente y comportarse como una dama ya uno las ve y parecen son hombres asumiendo comportamientos que de verdad no les queda nada bien” (Nestor Adolfo Zarate Londoño).

### ***Apoyo a Melissa***

Estos comentarios denuncian a quienes revelan la identidad de Melissa y también, hacen llamados a la tolerancia.

“Yo no le veo lo grave, pero muchos malparidos los que subieron el video de la nena y además publicaron el nombre muchos desgraciados” (K-rito Guerrero); “yo no entiendo por que hay personas tan destructivas en este pais, eso que le paso a esa china, le puede pasar a cualquiera , pero la toman como si estuviera cometiendo un gran pecado, como si el resto de colombianos fuéramos tan santos.” (Luis Oswaldo Peña Olivero).

### ***Es por ser mujer que se comporta mal***

En este grupo, se presentan enfrentamientos inclusive entre los propios comentaristas pues, no sólo se atribuyen comportamientos reprochables a la generalidad de las mujeres, sino que se presentan también, llamados a la violencia.

“Muchas bendecidas defendiendo a esta otra bendecida!!!! No se pueden pisar la manguera!!!!” (John J Godin);  
 “Las mujeres en Colombia como siempre montandola, se creen la gran cosa, por que son bonitas...” (Diaz David).

**TABLA 3**

*Ordenación primaria: comentarios al video de Melissa Bermúdez<sup>18</sup>*

Núcleo del comentario	Comentarios	Porcentaje
El cuerpo es objeto de admiración, deseo y envidia	290	26%
La situación es divertida	178	16%
El uso de licor o de sustancias es censurable	126	11%
La situación general es vergonzosa	97	9%
Los agentes de tránsito y los policías no hacen bien su trabajo: hay que reemplazarlos	84	8%
La educación y la inteligencia (o su falta), y el estrato socioeconómico hacen que las personas se comporten mal	65	6%
El lenguaje soez es censurable	57	5%
Las mujeres con cuerpos como el de la protagonista son siempre prepagos, boletas, o grillas	53	5%
¿Quién es la protagonista?	39	4%
La gente de Medellín se comporta siempre como la protagonista del video	33	3%
La protagonista es marimacha, gay. Una mujer no se comporta de la manera expuesta en el video	36	3%
La familia es la que determina que un sujeto se comporte mal	18	2%
Es importante la tolerancia, a cualquiera le puede pasar encontrarse en una situación similar	14	1%
Las mujeres se comportan mal	8	1%
<b>Totales (después de depurar errores, vacíos, menciones)</b>	<b>1098</b>	<b>100%</b>

<sup>18</sup> Panorama general de los comentarios, después de filtrar los errores de digitación, comentarios en blanco y otras anomalías.

Como puede verse, múltiples mensajes y paradigmas y también, variadas interpretaciones e ideologías, pueden entrecruzarse en los comentarios al video. Hay lecturas encontradas, incompatibles y conflictivas de modo que, no es un único paradigma del mundo el que se distribuye con el video, respecto de la interpretación que los espectadores pueden darle al mismo. Por ejemplo, algunos espectadores -26%- parecen entender que, los placeres asociados al uso del cuerpo, la gestión y el perfeccionamiento del mismo, son centrales en sus vidas; mientras que, otros consideran que privilegiar el cuerpo sobre otros aspectos de la existencia es nocivo o banal. Como ya se ha mencionado, para todas las posiciones sin distinción, por contradictorias o incoherentes que sean, el capitalismo contemporáneo ofrece soluciones y estrategias para lidiar con los asuntos de la vida a través del consumo.

Sin embargo es evidente que, la situación constituye un sinóptico digital pues, ulterior una imagen original, un gran número de individuos -13.936- participaron en su distribución, compartiéndola desde su perfil con una intención demostrativa evidente. El espectáculo fue observado por una cantidad incluso mayor de personas -813.730- y, en esas imágenes, que incluyen el video, las reacciones y los comentarios; se distribuyen lecciones sobre cómo comportarse adecuadamente y que clase de sujeto es conveniente ser.

La interpretación que los sujetos le dan a la imagen trasciende el video mismo. La sincronización cultural, como ya se ha mencionado, no consiste en una única ideología aceptada por los sujetos sino que, en la forma del capitalismo contemporáneo, se multiplican y aceptan las diferencias. Tal vez, en el caso del sinóptico analizado, el mensaje de sincronismo está más relacionado con la existencia misma del dispositivo pues, los sujetos pueden deducir que, en la sociedad de control, cada sujeto es un vigilante y, que todas las acciones de los individuos pueden ser transformados en lecciones para los demás.

## **Melissa ante el Panóptico**

El análisis del sinóptico se centra en los espectadores, en los efectos que la distribución de imágenes tiene en su concepción del mundo y en la autogestión de su comportamiento. El análisis del dispositivo panóptico centra la atención en el vigilado y su autocontrol de las acciones. En este caso, la protagonista del video es el objeto de estudio para el análisis del dispositivo.

El caso de análisis, presenta una consideración interesante en la configuración de un panóptico digital en Facebook. Un panóptico digital se constituye, como se ha mencionado ya, cuando se presenta un campo de visión sobre un sujeto, que sin está supeditado a un tiempo real, por la inmovilización del tiempo que Facebook tiende crear sobre la documentación de la vida de los protagonistas, fijándolo en instantáneas; si es necesario que el sujeto, debe ser consciente sobre la mirada vigilante que recae sobre él, y es en esa conciencia que, se materializa el panóptico. Además, debe existir también un proceso de individualización, que separe al vigilado de la masa y haga de sus actos observables de manera independiente; proceso que ocurre, según la individualización voluntaria que el sujeto establece ante las compulsiones de la hipercomunicación; y esa individualización podrá ser empleada con o sin su aquiescencia en el documento que genera el panóptico. También debe existir asimetría en la información de modo que, el vigilante tenga información sobre el vigilado, pero que este último, sepa muy poco del vigilante. Todas estas condiciones tienen como consecuencia que el vigilado, adapte su comportamiento, antes o después de la documentación, por la aplicación de una coacción propia,

Hay dos posibilidades para que el campo de visión se haga evidente al vigilado, sea cuando es el mismo sujeto quien publica un documento, pues está conscientemente atrayendo la mirada vigilante sobre sí; o cuando el sujeto aparece de manera involuntaria en un documento, por el empleo de varias técnicas digitales, que ejecutadas por terceros, actúan para hacer evidente el campo de visión, como lo es el mencionado etiquetado del vigilado en la publicación, que genera una notificación por parte de Facebook, al vigilado, haciéndolo así consciente del campo de visión.

En el caso de Melissa Bermúdez, el campo de visión se hizo consciente posterior a los hechos, a partir de una técnica de individualización propia de la *shitstorm* pues, en medio del aluvión de comentarios y agravios que, los espectadores del video estaban publicando en la página de Un paisa no se vara y otros espacios de Facebook; algún espectador, de alguna manera, descubrió la identidad digital de la protagonista y, orientó a los demás espectadores en hacia el perfil personal de Melissa Bermúdez en Facebook, de lo que se puede dar cuenta en la **Figura 3**.



**FIGURA 3**

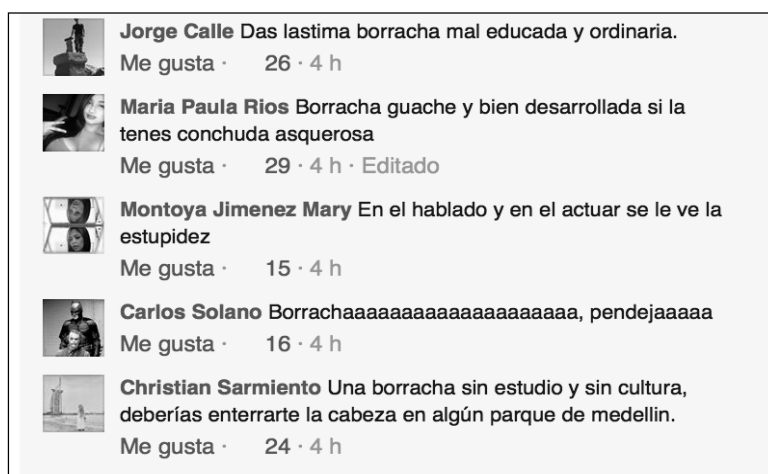
*Individualización de Melissa Bermúdez (¿¿UD NO SABE QUIEN SOY*

A partir de la información provista por este espectador, un número importante de sujetos se precipitaron al perfil personal de la protagonista en donde, escribieron una enorme cantidad de mensajes hostiles, haciendo brutalmente consciente el campo de visión que se extendió sobre ella. Y no sólo mensajes en alusión directa al video y a la situación allí documentada, sino que verificaron sus datos personales -incluyendo su número telefónico, con el que un espectador invitó a dejarle mensajes en su cuenta personal de *Whatsapp*-, revisaron sus fotos y sus publicaciones, y dejaron abundantes opiniones al respecto, como se evidencia en la **Figura 4**.



**FIGURA 4**  
*Individualización de Melissa Bermudez*

La sección del muro de la protagonista fue invadida. Las fotos, que había publicado para sus amigos, recibieron todo tipo de comentarios, incluyendo insultos y críticas sobre los contenidos. La **Figura 5** abajo fue de una de las fotos atacadas, un par de horas después de iniciada la *shitstorm*.



**FIGURA 5**  
*Shitstorm en el perfil de Melissa Bermúdez*

De este modo se configuró la sección operativa del panóptico pues, la protagonista del video fue hecha consciente a la fuerza del campo de visión que se había establecido sobre ella a partir de una individualización que, si bien en su origen había sido voluntaria porque la protagonista construyó su

propio perfil y lo pobló con sus fotografías, documentos e información; fue utilizada por un grupo de espectadores desconocidos que habían accedido a su identificación.

Las consecuencias de ese panóptico digital forzoso, en la vida de la protagonista pueden rastrearse en una entrevista que concedió a un medio de comunicación, tiempo después de lo ocurrido. El video con la entrevista puede encontrarse en *youtube*, con el título *Exclusiva: apareció Melissa Bermúdez* (Bermudez, 2015), y hace parte de una serie de entrevistas con protagonistas de episodios similares. El título de la serie, «Usted ya sabe quién soy yo», permite entrever la operación de un panóptico-sinóptico social que, actúa sobre personas del común y, cuyos actos se han convertido, para su infortunio, en espectáculos. El video, en sí mismo, permite estudiar los efectos reales de la vigilancia en una persona.

En la entrevista, Melissa Bermúdez reflexiona sobre su experiencia y las causas de su comportamiento. Después de salir, alicorada, de su universidad, fue detenida en el retén de la policía. Según lo relatado por ella, «me alteré un poco, porque me estaban filmando, me sentía un poco intimidada» (2015, p. Min 2:02). El entrevistador le pregunta por el momento en que se hizo consciente que el video, estaba circulando por internet y se había vuelto *viral* (min. 2:50), a lo que ella responde que, a las 8 horas se había hecho consciente de la situación y, a los dos días, estaba abrumada por la marea desatada la red social: «recibí insultos, críticas, amenazas». En otras palabras, la protagonista tuvo conciencia de una mirada vigilante -el transeúnte filmando- en el mismo momento del suceso, en la calle pero, transcurrió un tiempo antes de saber, que se había levantado el campo de visión en Facebook y, para ese entonces, el aspecto sinóptico del suceso ya tenía una audiencia muy importante. Así, los tiempos del dispositivo panóptico y los tiempos del dispositivo sinóptico no tienen que coincidir. La operación de cada dispositivo se verifica sobre el vigilado o sobre la audiencia y, la naturaleza del tiempo en las publicaciones en internet no es *real-time*.

La asimetría en la información que el público tenía sobre la protagonista, se verifica en el minuto 5:16 de la entrevista cuando, afirma Bermúdez que, «el 90% de lo que dijeron fue gente que yo no conocía», sin embargo, ese 90% tuvo acceso a la información completa de la individualización voluntaria de la protagonista, en la forma de su perfil personal, documentos y contactos.

Finalmente, la operación del panóptico modificó el comportamiento de la protagonista. En el minuto 4:17 declaró:

Quisiera aprovechar este espacio para pedirle disculpas a la secretaria de movilidad de Medellín, al señor agente de tránsito y a las mujeres paisas, porque sé que gracias a esto muchas personas de Colombia dijeron, bueno esas paisas son muy bravas, muy horribles, y no, así no es.

Luego, en el minuto 5:26, elaboró un poco más las modificaciones a su comportamiento:

Aprendí, toda persona que se tome un trago tiene que hacerlo con responsabilidad. A mí esto me afectó psicológicamente, mentalmente, moralmente, familiarmente, profesionalmente, por todas partes [...] me quedó claro que uno no puede pelear con la autoridad, ellos estaban haciendo su trabajo, *y esto no vuelve a pasar, yo sé que no.*

Los efectos de la mirada vigilante del panóptico se comprueban, pues el comportamiento fue modificado, inclusive cuando no se sabe, a ciencia cierta, si se está siendo vigilado. Cualquier teléfono móvil, de cualquier transeúnte desconocido, define la posibilidad del panóptico y, esa posibilidad para quien ha pasado por una experiencia similar, puede generar la automatización y la anonimización de la vigilancia y del poder. Estas modificaciones, además de todas las consecuencias prácticas y morales que el suceso tuvo sobre la vida de Melissa Bermúdez, no necesariamente habrían ocurrido si la situación no hubiera convergido en el espectáculo y en el panóptico digitale, pues sucesos similares no son infrecuentes, pero muchos pasan desapercibidos.

## Operación simultánea de los dispositivos

El caso de Melissa Bermudez es un ejemplo porque permite vislumbrar un aspecto extremo de la vigilancia social en Facebook a saber, un campo de visión que es forzado sobre una protagonista, quien fue consciente de la vigilancia cuando el espectáculo tenía horas de instalado; luego ella fue individualizada y la turba se lo hizo saber, profusamente en su perfil personal con insultos y críticas al alcance de toda su red social de primer nivel. Las consecuencias del espectáculo fueron extensas, pues la protagonista, perdió su empleo y según su testimonio, tuvo que recurrir a una ayuda profesional para superar la crisis personal que la situación le produjo.

Los efectos de la vigilancia panóptica pueden haberse automatizado e incluso trascendido al espacio físico. Cuando en situaciones más benévolas, en las que el sujeto crea voluntariamente el campo de visión y el panóptico, los efectos de la vigilancia sobre si suelen limitarse a una cuidadosa documentación propia de los aspectos a resaltar de la vida, bajo los esquemas ya analizados de la autocensura y del ciclo de envidia-autopromoción.

El documento que generó el campo de visión sobre Melissa Bermúdez se consumió como un espectáculo por una gran cantidad de individuos, quienes comentaron y criticaron, publicaron el documento como propio e interactuaron con *likes* sobre la imagen de una persona, de la que no sabían nada, y a la que no conocían y, cuyos actos no les afectaban. Desde el documento, los espectadores recuperaron un conjunto de mensajes y lecciones sobre los premios y castigos que son de esperar, ante ciertas situaciones y características. Sobre esos aspectos no hay nada similar a un consenso y, más bien, hay nichos de interpretación que coinciden en diversas concepciones del mundo, y estos nichos son propiciados y acogidos en el capitalismo contemporáneo, bajo la protección del consumo.

Curiosamente, hay un cierto consenso entre el nicho más numeroso de espectadores, aquellos que le otorgaron la mayor importancia al cuerpo de la protagonista y su atractivo sexual, que corresponde al 26% de los espectadores activos y, a un aspecto peculiar de la individualización panóptica sobre

Melissa Bermúdez. En efecto, durante la entrevista que concede tiempo después, el entrevistador le preguntó «¿qué fue específicamente lo que más le molestó de la situación?» (Bermudez, 2015, min. 4:56), a lo que ella respondió: «el cirujano plástico [...] dijo que tenía implantes mamarios y no, yo nunca jamás en mi vida he pasado por un quirófano».

En síntesis, así como para la mayor parte de los espectadores, como para el sujeto de la vigilancia, la preocupación por la belleza y el cuerpo fueron los aspectos más notorios de toda la situación. Esto puede indicar un camino de análisis adicional, que trasciende esta tesis, sobre el sentido de la interpretación de eventos panópticos-sinópticos en tanto manifestaciones de la ideología del capitalismo contemporáneo.

En efecto, ya había sido establecido que, una de las formas del consumo contemporáneo es el hedonista y que, dentro de este, el cuidado del cuerpo -y de los placeres que produce- son tendencias fundamentales. Melissa, sujeto de vigilancia panóptica agresiva, coincide en su preocupación con el público de una *shitstorm* en donde, sus propios actos constituyen un espectáculo sinóptico, preocupaciones que se resuelven satisfactoriamente mediante el consumo. Y Melissa, quien ha demostrado involuntariamente, a una gran cantidad de personas como *no ser*, ha modificado su conducta y perfeccionado su aproximación a la documentación en redes sociales. Ahora, cuando pasa voluntariamente al panóptico, desplaza un poco más el paradigma del mundo, que es consumido por su red social, quienes se esfuerzan en alcanzarla, cerrando el circuito con sus propias publicaciones.

## **Conclusiones**

La sociedad de control es una forma de dominio aceptada por los sujetos contemporáneos, que no están dispuestos a plegarse ante las disciplinas. La esencia disciplinaria consiste en la gestión de cuerpos eficientes y dóciles que generan resultados sociales en instituciones de encierro, fundamentalmente, la fábrica, como corazón del capitalismo disciplinario. Pero la evolución del sistema económico de occidente en el siglo XX, permitió el surgimiento de generaciones con una

visión del mundo que no encajaba en las disciplinas pues, daban por sentadas, abundancias y comodidades por las que, sus antecesores, habían luchado y padecido.

Esas nuevas generaciones, viviendo sus propias inquietudes, desbordaron la capacidad de la sociedad disciplinaria, para acogerles y contenerles y se vio, como resultado de ello, inmersa en crisis profundas. Al mismo tiempo, el capitalismo evolucionó de modo que, la institución Estado-Nación tendió a la obsolescencia pues, la realización del mercado mundial exige que las mercancías, las capacidades de producción e intelectuales y la comercialización de servicios fluyan libremente; por lo que, el sistema de fronteras, regulaciones y soberanías; representan un estorbo significativo.

En ese entorno convulso de occidente surge la sociedad de control, en que se inserta en la operación del capitalismo, bajo la apariencia de una libertad irrestricta, la modulación, el *marketing* y el consumo le otorgan a los individuos, menús de elecciones infinitas que se parecen a la libertad y que, mantienen su capacidad de rebelión dentro de los designios sociales del sistema, que ellos mismos, como fuerza común, diseñan y operan; y que incluye la vigilancia y el control. En esta forma social, los individuos se controlan a sí mismos, y se vigilan unos a otros, sin que medie en un aparato central, costoso y abiertamente policial. Esa *vigilancia social* es otra apariencia de la libertad del capitalismo contemporáneo.

La estructura fundamental de la vigilancia disciplinaria es el panóptico, que debe entenderse como una forma de operación de la sociedad, y no necesariamente como una plantilla arquitectónica. La esencia del panóptico es, la ejecución de un campo de visión sobre el sujeto de vigilancia, una observación de sus actos, que tiene que ser evidente al vigilado para que, se activen las capacidades del dispositivo. A partir de ese campo de visión, el sujeto ha de ser individualizado, esto es, separado de la masa, distinguido, clasificado; de modo que, la mirada vigilante, pueda observar sin restricciones a sus actos y medir sus resultados. El sujeto de vigilancia debe asimismo, poseer poca

información sobre el vigilante y, la consecuencia del dispositivo es que, el vigilado se comporta como el poder espera, pero sin violencia y por su propia voluntad.

En la sociedad de control, y en virtud de las máquinas informáticas, el panóptico adquiere unas características especiales. En la nueva concepción de libertad hay una rotación incesante en los papeles que los sujetos asumen dentro de la vigilancia social. Los vigilantes y los sujetos de vigilancia son los mismos individuos y, en lugar de permanecer en el campo de visión porque fuese su única opción, en la sociedad de control los sujetos desean atraer la mirada de los demás sobre sus actos y sus vidas, de modo que, se afanan en construir la iluminación y ponerla a disposición de los demás.

Además de exponerse voluntariamente a la mirada de los demás, los sujetos del control también se encargan de construir su propia individualización, diseñando y desplegando identidades digitales, que cuidan con el empeño que los antiguos ponían en el cuidado de sí. En esas identidades abundan los datos personales e íntimos y, todo documento o *post* que afecte a esa identidad es evaluado cuidadosamente, siguiendo una estrategia de auto control, orientada a la maximización de la identidad. De esa manera, los sujetos modifican su comportamiento en preparación para su aparición ante la mirada vigilante, lo que determina el panóptico ahora digital.

Sin embargo, el panóptico digital, de la misma manera que su antecesor físico, sólo se ocupa de la gestión de los actos, de la administración de los cuerpos y las de voluntades que los impulsan. Mientras las acciones del sujeto sean las correctas, el panóptico le deja en libertad interior para que, pueble su mente y construya su subjetividad como le plazca. En un entorno disciplinario, ese alcance del dominio sobre los sujetos es suficiente. En la sociedad de control y en el capitalismo contemporáneo, sin embargo, se espera que el sujeto celebre una *libertad* acotada por el consumo, que despliegue todas sus energías creativas, su independencia y su capacidad de rebelión en cualquier dirección que el individuo prefiera, desde que sus sueños requieran consumo.

Es esencial para ello, que el sujeto enfrente su vida como si fuera el desarrollo de un proyecto, como una construcción permanente, incesante y perpetuamente cambiante de modo que, la forma modulada del sujeto, requiera compras continuadas con las cuales selle, de momento, la definición de su ser. Para esto, el panóptico es insuficiente, por lo que es necesario penetrar en las conciencias y modificar las subjetividades de modo que, el sujeto, nunca sea pleno, siempre esté en construcción y siempre necesite renovar sus pertenencias.

El sinóptico es el dispositivo adecuado para ello pues, mediante la distribución de imágenes seductoras, que adquieren la forma de espectáculos, el sujeto recibe lecciones y ejemplos sobre cómo *ser*. Esa seducción modifica su proyecto, pues el individuo, mide la distancia entre su vida y el paradigma del mundo que el sinóptico le suministra y, a partir de esa medición, traza un derrotero para alcanzar dicho paradigma. Ese proceso es incesante y el paradigma siempre cambiante, de modo que, el sujeto permanece en un estado de desarrollo toda su vida. Pero más importante aún, acercarse al paradigma momentáneo siempre ha de implicar el consumo, en lo que se manifiesta la obediencia de los sujetos contemporáneos.

Facebook ofrece un terreno para la actuación simultánea de los dispositivos panóptico y sinóptico, desde un punto de intersección, en el *post* o publicación. El protagonista del documento lo experimenta como panóptico, mientras que, el consumidor del documento, lo hace como sinóptico. Dado que los papeles de vigilante y espectador son móviles, y que los sujetos acceden alternadamente a cada condición, se establece un circuito de realimentación, que hace del panóptico-sinóptico una herramienta excepcional de control social, pues, cuando un individuo experimenta el sinóptico, traza el rumbo que le permite alinear su vida con las expectativas del paradigma del mundo, y una vez siente que tiene elementos para documentar el avance, puede pasar al panóptico, compartiendo un documento en el que establece su aspiración al logro social, y atrae sobre sí el campo de visión de los demás miembros de su red social.

Los demás miembros de la red, experimentan el documento como sinóptico y establecen, el mismo proceso de observación, medición y proyecto según la distancia respecto del paradigma del mundo, sólo que ahora, ese paradigma ha sido aumentado -o desplazado- por el sujeto anterior, ese que dio el paso al panóptico. El ciclo se repite continuamente, conservando a los sujetos en un estado de observación de los demás, de observación de sí mismos, de comparación y de mejora continua, mejora que lleva la impronta del capitalismo contemporáneo porque, los sujetos ocupados en esa mejora continua necesitan consumir productos, bienes y servicios para lograrla; y de paso, se sienten libres dentro de un sistema que les acepta sus aspiraciones, porque las dirige hacia el consumo salvador.

En ocasiones, el documento que hace de eje entre los dos dispositivos no es un documento benévolo. Puede ocurrir que, el sujeto que protagoniza el documento experimente una *shitstorm*. En esos casos, el funcionamiento del dispositivo dual se conserva, siempre que existan las condiciones mínimas de cada uno de los dispositivos por separado.

La sociedad de control se ocupa de los cuerpos, y también de los espíritus. Puede parecer aterrador, pero el mismo Gilles Deleuze, en la *Postdata* que da origen a este trabajo, advierte que, no tiene sentido añorar formas de dominio anteriores porque, la sociedad de control permite más espacios de libertad que la disciplinaria. Al fin y al cabo, la creamos los mismos sujetos que la habitamos.

## Referencias

- ¿¿UD NO SABE QUIEN SOY YO?? (14 de Junio de 2015). [Video]. Colombia. Obtenido de En: Facebook [Página Un Paisa Nunca Se Vara], Recuperado de: <https://www.facebook.com/unpaisanuncasevara/videos/843507379051513/>
- Bauman, Z., & Lyon, D. (2013). *Vigilancia líquida*. Barcelona: Paidós.
- BBC. (5 de Junio de 2016). Switzerland's voters reject basic income plan. *BBC News*. Recuperado el 29 de Agosto de 2016, de <http://www.bbc.com/news/world-europe-36454060>
- Bermudez, M. (3 de Diciembre de 2015). EXCLUSIVA: Apareció Melissa Bermúdez. *Usted ya sabe quién soy yo*. (Antonio Sanint, Entrevistador) Youtube. Medellín. Obtenido de [https://www.youtube.com/watch?v=jWm\\_XAXhpKM](https://www.youtube.com/watch?v=jWm_XAXhpKM)
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (2 de Agosto de 2013). “La sociabilidad real se da hoy en Internet”. *Revista Ñ*. (H. Bilbao, Entrevistador) Buenos Aires: El Clarín. Recuperado el 5 de Junio de 2016, de [https://www.revistaenie.clarin.com/ideas/manuel-castells-sociabilidad-real-hoy-internet\\_0\\_SJ0QH5rswme.html](https://www.revistaenie.clarin.com/ideas/manuel-castells-sociabilidad-real-hoy-internet_0_SJ0QH5rswme.html)
- Chou, H.T.G., & Edge, N. (2012). “They Are Happier and Having Better Lives than I Am”: The Impact of Using Facebook on Perceptions of Others' Lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117-121. doi:10.1089/cyber.2011.0324
- Cohen, D. (2007). *Tres lecciones sobre la sociedad postindustrial*. Madrid: Katz.
- Coviello, L., Sohn, Y., Kramer, A., Marlow, C., Franceschetti, M., Christakis, N., & Fowler, J. (2014). Detecting Emotional Contagion in Massive Social Networks. (R. Lambiotte, Ed.) *PloS ONE*, 9(3). doi:10.1371/journal.pone.0090315
- Das, S., & Kramer, A. (2013). Self-censorship on facebook. *roceedings of ICWSM*, 120–127.

- Debord, G. (2002). *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-Textos.
- Deleuze, G. (1991). Posdata sobre las sociedades de control. En C. F. (Comp.), *El lenguaje literario*. Montevideo: Nordan.
- Deleuze, G. (2014). *Conversaciones, 1972-1990, (5th ed)*. Valencia: Pre-Textos.
- El Tiempo (Dirección). (2015). *Taxista denuncia que es acosado en redes sociales* [Película]. Bogotá. Recuperado el 28 de Abril de 2017, de <http://www.eltiempo.com/bogota/video/taxista-denuncia-que-es-acosado-en-redes-sociales/16028556>
- ELTIEMPO.COM. (4 de Marzo de 2015). ¿Usted sabe quién es Nicolás Gaviria? *El Tiempo*. Recuperado el 28 de Abril de 2017, de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-15334858>
- Facebook. (s.f.). *¿Cómo sugiere Facebook las etiquetas?* Recuperado el 1 de Octubre de 2016, de Servicio de ayuda de Facebook: <https://www.facebook.com/help/122175507864081>
- Facebook for Business. (s.f.). *How to use Facebook's Custom Audiences from your website*. Recuperado el 1 de Octubre de 2016, de Facebook Help Service: <https://www.facebook.com/business/a/online-sales/custom-audiences-website>
- Facebook. (s.f.). *Hacer amigos*. Recuperado el 10 de Octubre de 2016, de Servicio de ayuda de Facebook: [https://www.facebook.com/help/1540345696275090?Helpref=hc\\_global\\_nav](https://www.facebook.com/help/1540345696275090?Helpref=hc_global_nav)
- Facebook. (n.d.). *How Tagging Works*. Retrieved Octubre 15, 2016, from Servicio de ayuda de Facebook: <https://www.facebook.com/about/tagging>
- Facebook. (s.f.). *Tu página de inicio*. Recuperado el 2016 de Octubre de 10, de Servicio de ayuda de Facebook: [https://www.facebook.com/help/753701661398957?Helpref=hc\\_global\\_nav](https://www.facebook.com/help/753701661398957?Helpref=hc_global_nav)
- Facebook. (s.f.). *Tu perfil y tu configuración*. Recuperado el 10 de Octubre de 2016, de Servicio de ayuda de Facebook: <https://www.facebook.com/help/239070709801747?Helpref=related>

- Foucault, M. (2002). *La hermenéutica del sujeto*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Foucault, M. (2009). *Vigilar y castigar*. México: Siglo Veintiuno.
- Foucault, M. (2014). *Las redes del poder*. Buenos Aires: Prometeo libros.
- Han, B. (2013). *La sociedad de la transparencia*. Barcelona: Herder.
- Han, B. (2014). *En el enjambre*. Barcelona: Herder.
- Han, B. (2015). *Psicopolítica*. Barcelona: Herder.
- Hardt, M., & Negri, A. (2005). *Imperio*. Barcelona: Paidós.
- Hobsbawm, E. (1995). *Historia del siglo XX*. Barcelona: Crítica.
- Kocka, J. (. (2014). *Historia del capitalismo* (1 ed.). Barcelona: Crítica.
- Kosinski, M., Stillwell, D., & Graepel, T. (2013). Private traits and attributes are predictable from digital records of human behavior. *Proceedings Of The National Academy Of Sciences*, *110*(15), 5802-5805. doi:10.1073/pnas.1218772110
- Kozinets, R. (February de 2002). The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. *Journal of Marketing Research*, *39* , 61-72.
- Krasnova, H., Wenninger, H., Widjaja, T., & Buxmann, P. (2013). Envy on Facebook: A Hidden Threat to Users' Life Satisfaction? *Proceedings of the 11th International Conference on Wirtschaftsinformatik*. Germany: Universität Leipzig. doi:10.7892/boris.47080
- Lipovetsky, G. (2006). *La felicidad paradójica*. Barcelona: Anagrama.
- Madden, M., & Smith, A. (2010). Part 2: Concerns about the availability of personal information. *Pew Research Center: Internet, Science & Tech*. Obtenido de <http://www.pewinternet.org/2010/05/26/part-2-concerns-about-the-availability-of-person>
- Mathiesen, T. (1997). The Viewer Society: Michel Foucault's 'Panopticon' Revisited. *Theoretical Criminology*, *1*(2), 215-234. doi:10.1177/1362480697001002003

- Nielsen, J. (2006). *The 90-9-1 Rule for Participation Inequality in Social Media and Online Communities*. California: Nielsen Norman Group. Recuperado el 28 de Octubre de 2016, de <https://www.nngroup.com/articles/participation-inequality/>
- Revista Semana. (25 de Septiembre de 2015). ¿Netflix debe pagar impuestos? *Semana*. Recuperado el 4 de Septiembre de 2016, de <http://www.semana.com/tecnologia/articulo/netflix-debe-pagar-impuestos/443823>
- Ronson, J. (2016). How One Stupid Tweet Blew Up Justine Sacco's Life. *Nytimes.com*. Recuperado el 2016 de Noviembre de 10, de [http://www.nytimes.com/2015/02/15/magazine/how-one-stupid-tweet-ruined-justine-saccos-life.html?\\_r=](http://www.nytimes.com/2015/02/15/magazine/how-one-stupid-tweet-ruined-justine-saccos-life.html?_r=)
- Un paisa nunca se vara. (s.f.). *Un paisa nunca se vara [página de facebook]*. Obtenido de Facebook: <https://www.facebook.com/unpisanuncasevara>
- Zuckerberg, M. (27 de Agosto de 2015). We just passed an important milestone.... Recuperado el 5 de Junio de 2016, de <https://www.facebook.com/zuck/posts/10102329188394581>