

# Nuevos retos para la creación de prácticas artísticas digitales identitarias en un contexto estandarizado en crisis

## NEW CHALLENGES FOR THE CREATION OF IDENTITY-BASED DIGITAL ART PRACTICES IN A STANDARDIZED CONTEXT IN CRISIS

### ABSTRACT

---

The imposition of technological and business paradigms by the big players in the sector has reconfigured our daily lives and has led to the unification of methodologies and languages in various spheres. The impact of corporations on the way we work, communicate and relate to each other is reflected in artistic practices, especially digital ones.

This study, which is part of the project CONNECTED BODIES II: New processes of creation and dissemination of identity-based artistic practices in the non-presential, focuses on artistic creations that address identity and that have been shaped by these changes, as well as by the post-privacy era, where intimacy is compromised. Despite this reality, some creators have managed to transcend these circumstances and have conceived new forms of expression that reflect the innovative dynamics between the individual and the collective in the digital environment.

Through the analysis of cases, concrete examples of transformation in digital and hybrid identity art practices are presented, which explore how artists have responded to the technological and methodological challenges imposed by the large corporations. These examples constitute good examples of how digital creativity manages, even under adverse conditions, to generate new approaches to artistic creation and expression in the contemporary era.

**Keywords:** Digital art, methodologies, identity, innovation

### RESUMEN

---

La imposición de paradigmas tecnológicos y empresariales por parte de los grandes actores del sector ha reconfigurado nuestra vida cotidiana y ha llevado a la unificación de metodologías y lenguajes en diversas esferas. El impacto de las corporaciones en la manera en que trabajamos, nos comunicamos y nos relacionamos, se ve reflejada en las prácticas artísticas, en especial las digitales.

Este estudio, que forma parte del proyecto *CUERPOS CONECTADOS II. Nuevos procesos de creación y difusión de las prácticas artísticas identitarias en la no presencialidad*, se enfoca en las creaciones artísticas que abordan la identidad y que han sido moldeadas por estos cambios, así como por la era de la postprivacidad, donde la intimidad se ve comprometida. A pesar de esta realidad, algunos creadores han logrado trascender estas circunstancias y han concebido nuevas formas de expresión que reflejan las dinámicas innovadoras entre lo individual y lo colectivo en el entorno digital.

Mediante el análisis de casos se ofrecen ejemplos concretos de transformación en las prácticas artísticas identitarias digitales e híbridas. Explorando cómo los artistas han respondido a los retos tecnológicos y metodológicos impuestos por las grandes corporaciones. Constituyendo un buen ejemplo de cómo la creatividad digital consigue, incluso en condiciones adversas, generar nuevos enfoques para la creación y la expresión artística en la era contemporánea.

**Palabras clave:** Arte digital, metodologías, identidad, innovación

## 1 INTRODUCCIÓN

El siglo XXI inicia, tras los atentados del 11-S un proceso sin retorno hacia el blindaje del espacio físico y del virtual. Internet deja de ser el ágora de integración, comunicación y desarrollo de conceptos asociados a las libertades. La red se ha transformado en un nuevo modelo de negocio basado en la monetización de la extracción de datos a gran escala, captando la atención de los usuarios. A pesar de que los objetivos cada vez son más claros en este cambio, que se incrementa exponencialmente durante la digitalización forzada en el transcurso de la pandemia. Los usuarios se someten a las normas impuestas por las grandes multinacionales centradas en el rentable negocio del control de datos, y, por ende, de nuestra privacidad, para prevalecer respecto a la competencia en un contexto incierto y complejo. Las *big tech* han conseguido imponer sus normas en el espacio digital, redirigiendo paulatinamente los ansiados deseos de conexión y reflexión democrática hacia un universo individualista centrado en la recompensa a través de *likes* como sistema de medida y recompensa. Se ha impuesto la economía de la atención “en una era de individualismo sin precedentes” (Wu, 2020). Sin embargo, como sostiene Geert Lovink, cualquiera puede crear una web o utilizar una aplicación, pero son pocos los que pueden aspirar a generar un metanivel (Lovink, 2022). El posicionamiento individual se ha convertido en un sistema de control aceptado en el que las *fake news* y las teorías de la conspiración impiden fluir los auténticos contenidos sobre la crisis actual (medioambiental, económica, ...) y los problemas que conllevan y afectan a los individuos.

Como consecuencia de la “cultura de la convergencia” (Jenkins, 2008) también surgen nuevos retos que deben abordarse para asegurar una práctica artística crítica efectiva y significativa en un entorno en el que se ha transformado el modelo de negocio cultural, y el espectador ha pasado a ser concebido como usuario. El cambio de paradigma propicia de manera creciente que las piezas digitales, sobre todo las de carácter crítico, hayan de mantenerse alerta respecto a la evolución del mercado digital para poder plantear prácticas cuyos códigos culturales sean compatibles “entre quienes los formulan y los que decodifican” (Hollander & Einwohner, 2004). La conexión entre obra y espectador deviene en una acelerada necesidad de aprendizaje y actualización constante respecto a las herramientas y a los medios de difusión.

Los nuevos paradigmas impuestos en la sociedad son consecuencia de la progresiva privatización, estandarización de la red y del impulso de ciertos monopolios para imponer nuevos modelos de consumo basados en el estudio de los datos personales de los usuarios (Morozov 2014; Bauman and Lyon 2013). El «capitalismo de la vigilancia» (Zuboff 2020) ha rastreado y transformado los datos que generan nuestros movimientos y experiencias en productos destinados a predecir, intervenir y alterar nuestro comportamiento. Las redes, en concreto, han acrecentado el control sobre la identidad desarrollando mecanismos y estrategias de socialización en las que se difuminan los límites entre lo público y lo privado (Lovink, 2019; Zafra, 2017). Y en las que cada individuo debe cuidar y cultivar la imagen que desea ofrecer desplegando toda una serie de habilidades y recursos inherentes al medio (Sibilia, 2012)

Desde las prácticas artísticas digitales, sobre todo a la hora de desarrollar piezas de carácter crítico asociados al género, la identidad o la privacidad, observamos la necesidad cada vez más acuciante de conocer las nuevas metodologías y estrategias implantadas crear y difundir obras circunscritas en pleno cambio de paradigmas. Si bien es cierto, tal como señala Zuboff, que en paralelo a los ingenieros dedicados a generar un mayor número de clics en las redes sociales, también existen creadores y tecnólogos que han apostado por la ocultación o el desafío hacia

las reglas impuestas (Adam Harvey, Leo Selvaggio,...) (Zuboff, 2020, pp. 649-651). Sin embargo, la autora no se adentra en la evolución de esta contraofensiva en la era de las plataformas, en la que la homogeneización estética y de lenguajes, la censura de las corporaciones (e incluso la autocensura, para evitar la desaparición de nuestras representaciones) dificulta crear y difundir nuevas líneas de creación.

## 1.1 Objetivos

---

Aunque las evidencias apuntan a un contexto complejo, nos interesa centrarnos en líneas de trabajo relacionadas con la identidad alternativas respecto a tendencias favorecidas por la industria tecnológica. Aquellas que reflejen nuevas miradas sobre cómo nos vemos a nosotros mismos, cómo somos percibidos por los demás desde nuevas perspectivas y sensibilidades, y cómo evoluciona nuestra existencia influenciados por la transformación del entorno digital. Sobre todo, analizando prácticas artísticas que ofrecen puntos de vista realmente innovadores respecto a la autorreferencialidad dentro de la colectividad.

Este estudio forma parte del proyecto *CUERPOS CONECTADOS II: Nuevos procesos de creación y difusión de las prácticas artísticas identitarias en la no presencialidad*, del Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad, Modalidad Proyectos I+D+I, Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, PID2020-1166999RB-100. Entre los objetivos principales del proyecto se encuentran: la identificación de prácticas centradas en la autorrepresentación del individuo utilizando la no presencialidad en su proceso de creación y/o difusión; la investigación sobre nuevas maneras de crear y compartir contenidos que puedan aplicarse a la creación; la producción de obra artística como proceso de investigación; y por último, la difusión y transferencia de los casos de análisis estudiados a través de la plataforma *ARCHID* (Baigorri i Ballarín, et al., 2023)

## 1.2 Metodología

---

La presente investigación se llevó a cabo desde enero hasta junio de 2022 en el marco de mi La investigación se ha desarrollado centrándose en la selección y análisis de prácticas digitales que denotan los rasgos de un contexto de cambio tecnológico acelerado, pero que han sabido ofrecer puntos de vista peculiares, y bastante heterogéneos, sobre la identidad, la intimidad y las relaciones a través del espacio digital. El estudio se ha llevado a cabo seleccionando piezas artísticas digitales, la visualización de la obra, la bibliografía y documentación asociada a cada proyecto.

## 2 HIBRIDACIÓN ENTRE TECNOLOGÍA Y PRÁCTICAS ARTÍSTICAS DIGITALES TRAS LA PANDEMIA

---

En mayo de 2023, la Organización Mundial de la Salud (OMS) ha dado por finalizada la pandemia (OMS, 2023). Tras tres años de incertidumbre provocados por los efectos de la Covid-19, se le añade el impacto cada vez más evidente del cambio climático, la guerra de Ucrania, o la crisis financiera global. A esta compleja situación se le añade, la rápida evolución de las tecnologías de la información y la digitalización forzada de muchos procesos de actuación en nuestra vida laboral y personal, han tenido gran impacto en las grandes empresas de comunicación, que han sabido aplicar estrategias clásicas de la economía para ampliar significativamente su volumen de negocio (Coase, 1937; Royo, 2023). Entre otros factores, la bajada de costes, y el aumento de la velocidad de transmisión de la información han fortalecido el monopolio de las cinco grandes multinacionales del sector: Apple, Amazon, Google, Meta y Microsoft.

En este punto, cabe destacar, asimismo, el imparable impulso de la Inteligencia Artificial. Presente en asistentes de voz, en redes sociales, en robótica o en cualquier smartphone, sigue resultando confuso para la mayoría de la ciudadanía, su alcance y sus límites. En un mercado todavía no regulado, y en el que los cuestionamientos críticos no han hecho más que empezar, las *big tech* continúan centrando sus inversiones y estableciendo nuevas alianzas para desarrollar y fortalecer modelos de aprendizaje automático cada vez más potentes. Uno de los cambios de enfoque que se ha potenciado y que destacan estudios como el “Artificial Intelligence Index Report 2023” (Stanford University, 2023), los modelos de aprendizaje automático han dejado de ser proyectos académicos desde 2014 para pasar a ser promovidos por la industria. La IA requiere de tal cantidad de recursos que las universidades no pueden llegar a alcanzarlos, por tanto, la industria es la que decide su futuro, y la que establece los objetivos de la investigación e innovación mundial. En consecuencia, los beneficios sociales han quedado relegados a un plano secundario.

En el ámbito de la creación la copia o adaptación de software o algoritmos —por falta de conocimientos o para bajar el coste de los proyectos— da lugar a piezas estéticamente repetitivas, supeditadas a los estándares impuestos a través de las herramientas digitales. Véase, por ejemplo, la campaña del Festival Sónar 2023: adapta imágenes de archivo generadas por una Inteligencia Artificial que nos remite directamente a la estética de obras de apropiación como Edmond Belamy del colectivo francés Obvious (Obvious 2022) o algunas de las piezas generadas por *Botto*, el artista robot creado por Mario Klingemann (Klingemann 2022) basados en Redes Neuronales Generativas Adversarias, más conocidas como GANs, basadas en sistemas de *deep learning* que pueden generar, entre otros tipos de archivo, imágenes de carácter realista difíciles de distinguir de las reales. Propuestas que estéticamente resultaban innovadoras —y controvertidas en el momento de su presentación pública— han acabado convirtiéndose en modelos a seguir, impulsados en muchas ocasiones por las empresas, no por la imaginación de los creadores.

Vivimos expectantes respecto a cualquier avance tecnocientífico, sin asumir como esta evolución transforma la realidad (Amezcuza, 2020). El ámbito de las experiencias inmersivas constituye un buen ejemplo de cómo ha virado la producción desde una línea experimental a una eminentemente comercial marcada por las nuevas tendencias tecnológicas. Es cierto que existen excepciones. Espacios icónicos inaugurados antes de la pandemia, como el MORI Building DIGITAL ART MUSEUM de Tokio, creado por el colectivo multidisciplinar teamLab en

2018, ayudaron a entender el centro de arte como espacio de desarrollo de nuevas prácticas digitales (CaixaForum Barcelona, 2021; teamLab, 2021). Sin embargo, el impacto mediático de esta propuesta, junto a la implosión generalizada del video mapping, promovieron el desarrollo industrial de numerosas piezas en las que se han integrado paulatinamente tecnologías emergentes (RV, RA e IA). La experimentación de las primeras propuestas se ha ido acomodando y transformando en clichés repetitivos en los que se homenajea digitalmente a creaciones tangibles mediante narrativas recurrentes. *La sociedad del espectáculo* de Deleuze se ha potenciado y se ha transformado velozmente, en cambio, siguiendo las leyes del devenir económico. Los discursos grandilocuentes sobre la tecnología han logrado superar a los intereses respecto a las prácticas artísticas en sí. Un buen ejemplo lo constituye las expectativas generadas alrededor de la Realidad Aumentada (AR) o la Realidad Virtual (RV) por parte de multinacionales como Google, Microsoft o Nvidia. Se centra la atención del público hacia proyectos, que también se deben considerar como creativos, y que están asociados a actividades de ocio, tal como sucede en los videojuegos o en la industria del entretenimiento.

La atención hacia las prácticas artísticas ha sido relegada al museo o al centro especializado (Groys, 2016; Steyerl, 2014), apartados de los eventos participativos de masas que causan furor en las redes sociales. Se han multiplicado las empresas audiovisuales que desarrollan proyectos dirigidos a espacios expositivos multidisciplinares que compiten directamente con los museos y centros en los que se muestran piezas originales (Díaz Moreno, 2022; Marcos, 2022; Riaño, 2022). Piezas de Quayola, Can Buyukberber o creadores consagrados como Laurie Anderson o Marina Abramovic se están viendo relegadas desde la crítica, los expertos y, sobre todo, por los medios de comunicación hacia otro tipo de intereses. Un buen ejemplo lo forman los grandes espectáculos inmersivos:

- Sus producciones son más rentables económicamente y constituyen un nuevo modelo de negocio.
- Son proyectos de fácil distribución.
- Utilizan frecuentemente representaciones de obras libres de derechos de autor.
- Recurren habitualmente a gastos publicitarios elevados (Hagtvedt & Patrick, 2008)

También es cierto que, las grandes expectativas puestas en lo que se había bautizado por algunos críticos e instituciones (Serpentine R&D Platform et al., 2020), como el futuro del arte masivo, parece que ha comenzado a desinflarse. Una de las empresas punteras del sector, Lifthouse Immersive, conocida por piezas como “Van Gogh Exhibit” o experiencias inmersivas de Disney, ha anunciado recientemente su quiebra (Jonze, 2023). A pesar del éxito inicial de público, los altos precios de las entradas, y la fuerte competencia entre las empresas productoras audiovisuales, ofrece signos de saturación del mercado.

Ante las evidencias comentadas anteriormente, es importante recalcar el especial esfuerzo que han de impulsar en todas sus fases los proyectos alternativos a las tendencias creativas favorecidas actualmente por la industria tecnológica. Buena parte ha sabido trastocar los posicionamientos relacionados con las prácticas artísticas de la identidad, tal como se apuntaba en el proyecto *CUERPOS CONECTADOS, Arte y cartografías identitarias en la sociedad transmedia*

(HAR2017-84915-R). En él se analizaron procesos de “creación, recepción y compartición de contenidos audiovisuales y transmedia relacionados con el cuerpo y la identidad” (Baigorri & Ortuño, 2021) Las propuestas sobre cómo nos vemos a nosotros mismos y cómo somos percibidos por los demás siguen siendo cuestiones abordadas por prácticas que cuestionan las representaciones tradicionales y que proponen nuevos modos de entender la identidad entre algoritmos y la necesidad extendida de sobre exposición de la intimidad impulsada por el uso indiscriminado de las redes (Baigorri Ballarín, 2019).

Es evidente que el posicionamiento del autor ha variado sustancialmente del concepto tradicional de mismo, en un contexto de transformación tecnológica (Kelomees et al., 2022) como el actual, Como en momentos de crisis anteriores, la tecnología se impone a la creación. Se reviven, por tanto, conceptos analizados por autores como Walter Benjamin o Vítém Flusser acerca de la creación desarrollada en etapas de intenso cambio. Al igual que ocurriera con la aparición de la fotografía, surgen cuestionamientos sobre la técnica, y se descubren paulatinamente las posibilidades creativas de cada medio. No nos extrañemos, por tanto, de que en la actualidad se llegue a subestimar el trabajo del artista, frente al poder del *machine learning* (Taylor 2014; Du Sautoy 2019). Analicemos y estudiemos qué líneas de trabajo creativo se pueden generar o reforzar en un entorno cada vez más ceñido y acotado a las normas establecidas impuestas desde el poder. Como señala Carrión en *Los campos electromagnéticos*:

El hecho de que en estos momentos no exista ninguna manifestación cultural que no sea -el menos parcialmente- digital; (...) han permitido el crecimiento desaforado de los algoritmos sociales y culturales (...) Es decir, por complejas megaconstrucciones algorítmicas. Estructuras rizomáticas que son -al mismo tiempo- productoras de contenidos propios, distribuidoras de producciones ajenas, investigadoras en inteligencia artificial o arquitectas logísticas e inventoras de nuevas formas de consumo.(Carrión et al., 2023, p. 23)

Las evidencias demuestran, por tanto, que el liberalismo digital o “espíritu de Silicon Valley” (Gumbrecht, 2020; Sadin, 2021), ha dado sus frutos en el ámbito cultural. La copia o adaptación de software o algoritmos —por falta de conocimientos o para bajar el coste de los proyectos— da lugar a piezas estéticamente repetitivas, supeditadas a los estándares del mercado. Un ejemplo de esta tendencia lo constituye la campaña del Festival Sónar 2023, uno de los eventos más icónicos durante décadas sobre cultura digital contemporánea. Si en años anteriores apostaba por romper moldes y provocar al espectador, en la última edición adapta imágenes de archivo generadas por una Inteligencia Artificial. Su estética que nos remite directamente a prácticas de apropiación como *Edmond Belamy* del colectivo francés Obvious (Obvious 2022) o a algunas de las piezas generadas por Botto (2019- ), el artista robot creado por Mario Klingemann (Klingemann, 2023) que evoluciona en sus creaciones atendiendo a las votaciones de su comunidad de seguidores. Propuestas que estéticamente resultaban innovadoras —y controvertidas en el momento de su aparición pública— han acabado convirtiéndose en modelos a seguir en el ámbito de la creación. Falta, al igual que ha sucedido en otros momentos cruciales relacionados con avances tecnológicos investigar, buscar la hibridación entre arte y tecnología, y centrarnos en sus posibilidades artísticas a través de formas de expresión únicas y particulares.

### 3 PRACTICAS DIGITALES E IDENTIDAD: NUEVOS CONTEXTOS, NUEVOS PARADIGMAS

Las prácticas artísticas digitales actuales han perdido el empuje autorreferencial que ofrecía la red en los ochenta y los noventa, en los que la experimentación en el medio se entendía como la evolución natural de la creación conceptual más comprometida (Martín Prada, 2020). La creación se ha visto sometida a dinámicas comunicativas marcadas por la mercadotecnia y la viralidad de las redes sociales (Castiglione et al., 2021; Hausmann, 2012; Wang & Street, 2018). Por consiguiente, la transmisión de cualquier mensaje que implique la activación de la conciencia crítica ha de establecer las estrategias establecidas en el mercado hiperconectado, por muy paradójico que parezca. El trabajo artístico, como denuncia abiertamente Steyerl, ha sido abducido por las sinergias de la economía global (Steyerl, 2014, p. 202), además de a las “pretensiones e injerencias” por parte de los gestores culturales (Bauman, 2007), presionados a su vez por las normas del mercado. Como resalta Martín Prada, las mayores críticas sobre la interacción con el mundo digital “devienen en los temas fundamentales del arte actual: la ausencia de privacidad, manipulación, atrapamiento, imposición de reglas no reveladas” (Martín Prada, 2023).

Las prácticas artísticas, la crítica y el posicionamiento de las instituciones se ha modificado notablemente (Zafra, 2020). Tal como indicaba Morozov, es el momento de aclarar “a quién se le permite innovar en qué condiciones- en el sistema actual (Morozov, 2021). Complicada cuestión, que el mismo autor criticaba en *El desengaño de internet*:

Siempre que los problemas no tecnológicos se observan a través de la lente de la tecnología, son los expertos en tecnología quienes tienen la última palabra (Morozov, 2012, p. 391)

Una posible solución, que muchos consideran utópica, podría asociarse a la posibilidad de retorno a una Internet pública y cooperativa, que permitiera perseverar frente a los mecanismos de control privado a los que está sometida la red (Castillo, 2022; Haidt, 2022; Tarnoff, 2022). Lo cierto es que todavía son pocas las voces críticas que abogan por ello, y cada vez es más complicado conocer sus argumentos tras la privatización de la red y la compartimentación de sus contenidos (Lanier, 2011; Pariser, 2017). Intentemos imaginar, por ejemplo, propuestas artísticas identitarias de carácter político como *The Zapatista Tactical FloodNet* (1998) de Electronic Disturbance Theater, o la ONG *Mejor vida Corp de Minerva Cuevas* en el contexto actual. La primera constituye una de las primeras herramientas digitales de protesta global, consigue hackear en su primera versión la web del presidente mexicano, la del gobierno de Estados Unidos y la del Pentágono. La segunda, ofrece soluciones sencillas y gratuitas a problemas sociales que los Estados impiden solucionar bajo presiones políticas, económicas y sociales. En ambos casos, además de que se pudiera incurrir en serios problemas legales, en la estructuración actual del espacio digital, se tendrían que superar las barreras impuestas por la mercadotecnia para alcanzar su visibilidad y fomentar la participación del mayor número de espectadores-usuarios.

A los problemas de producción, desarrollo y posterior visibilización de este tipo de prácticas críticas, se les une el descarte de propuestas fuera de los estándares por parte de críticos, historiadores y comisarios. Manovich diserta ampliamente sobre esta cuestión en *Cultural analytics*, texto en el que aboga por “experimentar, descubrir y comunicar el resultado de la comparación de los artefactos culturales, periodos, autores, géneros, movimientos, temas,

técnicas y tópicos” (Manovich 2020a, p. 254). Este sistema, tan ceñido a ciertos formalismos, se enfrenta a las premisas y necesidades de un contexto tan específico como es el digital, en el que el control se ha impuesto tras una capa de supuesta transparencia (Andújar, 2014; Crawford, 2021; Peirano, 2020; Zuboff, 1988). Para luchar contra las reglas establecidas Lovink y Schneider apuestan por dos premisas básicas: la capacidad de innovación, y la necesidad de desarrollar una comunicación en “entornos virtuales cuyos parámetros están permanentemente “en construcción”” (Lovink & Schneider, 2004).

### 3.1 Creación, identidad y nuevos paradigmas

---

No es fácil concebir el desarrollo de las piezas desde puntos de vista experimentales y críticos, y que poco tienen que ver con propuestas que identifican la identidad con la exposición constante de algunos artistas en las redes sociales, o con la apropiación de imágenes en la red. Siempre desde un punto de vista revisado más cercano a los mecanismos disciplinarios descritos por Michel Foucault (Soler-Adillón et al., 2019) y a los principios de las sociedades de control de Deleuze. Paula Sibilia asevera que las normas dictadas por el mercado cultural contemporáneo son las que dictan la creatividad actual:

Son sumamente arteros los dispositivos de poder que entran en juego, ávidos por capturar cualquier vestigio de creatividad exitosa para transformarlo velozmente en mercancía (...) Sin embargo está táctica suele ser ardientemente solicitada por los mismos jóvenes que crean dichas creaciones, tal vez sin comprender “para qué los usa” (Sibilia, 2012)

En una etapa como la actual, dominada por la reconfiguración de nuestra esfera pública y privada, en la que se perpetúa la crisis entre discreción e intimidad (Baigorri Ballarín, 2019; Martín Prada, 2023, p. 286), analizaremos a continuación cómo es posible generar nuevos procesos de creación a través de prácticas artísticas identitarias desde perspectivas bastante diferentes entre sí. Las tres obras seleccionadas para el proyecto *Cuerpos Conectados II. Nuevos procesos de creación y difusión de las prácticas artísticas identitarias en la no-presencialidad - “Postcards from home”* (2010-2015), *The Smallest of Worlds – A Social Landscape of Collected Privacy* (2020- ) y *Cuerpo Transceptor* (2020- ), conforman testimonios heterogéneos sobre la realidad tecnológica y social contemporánea fuera de los estereotipos. Rompen con lo que Martín Prada denomina “lógicas corporativas de lo participativo” en un entorno de conexión mediática constante (Martín Prada, 2023, p. 181). Muestran con sentido crítico de diverso nivel el estado y posicionamiento de los individuos frente a su representación digital y su posicionamiento dentro de un colectivo. Desde ópticas dispares, ofrecen el tensionamiento que se genera entre la imagen que deseamos ofrecer, y la que conseguimos transmitir en el espacio digital. Dando a conocer nuestros rostros, cuerpos o señales que recreen nuestra autorrepresentación (Sibilia, 2012; Taylor, 1996), en un intento de autoafirmación y pertinencia (Bauman, 2016, pp. 150-151).

Apuestan por la hibridación y la multidisciplinariedad, y generan innovadoras relaciones entre las piezas y los espectadores-visitantes. Se circunscriben como piezas que entienden desde posicionamientos dispares respecto a la práctica artística como pieza colectiva, hibridando y potenciando lenguajes pertenecientes a diversas disciplinas (Manovich, 2014):

- *Postcards from home*, crea una narración subjetiva que representa a su autor y su relación con otros habitantes del espacio digital.

- *The Smallest of Worlds – A Social Landscape of Collected Privacy* (2020- ) representa en forma de habitáculos conectados espacios íntimos habitados en pandemia, evocando a la empatía a través de la interacción.

- *Cuerpo Transceptor* (2020- ), ofrece conexiones híbridas entre la autora -y su equipo de colaboradores- y los participantes a través de los lenguajes y convencionalismos de las comunicaciones digitales.

Destacan, entre otras, por su modo de generar esquemas sociales digitales que recupera la estética relacional de Bourriaud y ofrece nuevas posibilidades de vinculación y de vida (Bourriaud, 2008, p. 54), que emplaza a lo cotidiano y a lo social. En un modelo diseñado para cuantificar el número de reproducciones, los seguidores y los *likes*, los proyectos estudiados logran crear alternativas narrativas basadas en las características específicas de la comunicación digital reconfigurando imágenes, textos, audios o sonidos en mundos propios e innovadores. Los autores han conseguido, tal como veremos a continuación convertir estos hándicaps en retos en los que se buscan nuevas posibilidades de expresión identitaria apropiándose de las características del medio.

### 3.1.1 Un precedente emblemático: “*Postcards from home*” (2010-2015)

“*Postcards from home*” (2015) es un proyecto híbrido del fotógrafo Roc Herms. Documenta desde un punto de vista único y personal su actividad en línea durante años en la plataforma PlayStation Home, hasta que en Sony decidió cerrar su plataforma en marzo de 2015 (Oneto Márquez, 2022) Sus derivas digitales son plasmadas durante cinco años en fotografías realizadas desde la intimidad de su hogar. En su concepción y materialización confluyen dos tendencias en boga durante a finales de la primera década del siglo XXI, que basaba en el metaverso, término acuñado en la novela ciberpunk *Snow Crash* en 1992 (Stephenson, 2017), su modelo de interconexión a modo de ágora:

- El desdoblamiento entre el cuerpo real y el digital, entre el yo y el avatar desde una línea de trabajo no explorada.

- El establecimiento de relaciones a través de la comunidad en espacios que tienden a imitar la artificialidad del videojuego a través de una estética más cercana a la ciencia ficción que a la realidad.

Herms no actúa como un *performer* relacional que invita a participar a cualquier persona, como proponen Franco y Eva Mattes a través de *Second Life*. en *Synthetic Performances* (2009-2010) No le interesa convertirse en el protagonista de la acción ni pretende mostrar las sensaciones más íntimas de soledad del mundo de los *gamers* plasmadas por Jon Rafman en el documental

*The loneliness o fan Arcade Hustler* (2009). Tampoco opta por capturar los inquietantes escenarios vacíos, no lugares virtuales al más puro estilo de Marc Augé, que conforman las series *Shot By Robert* (2007- 20010) de Robert Overweg en “Postcards”. Se centra en plasmar instantes de los encuentros fortuitos en un entorno multijugador con -otras personas ocultas igualmente camufladas tras su avatar-. capta el contexto, las conversaciones y, por tanto, refleja las frustraciones de todos los protagonistas de cada escena. Convierte, de este modo la experiencia aislada, de carácter voyeurístico (Ardèvol Piera et al., 2007), en una narrativa, con ciertos tintes románticos, que emerge desde el entorno virtual artificial al físico.

El proceso conforma un conjunto de elementos transmedia que ayudan a conocer más a fondo tanto la identidad del creador como la de su entorno virtual: *Welcome Home* (2013), *Joana Dark* (2013), *Postcards from heaven* (2015). Una de las características más atrayentes durante todo el proceso creativo es que Herms siempre reivindica su papel como fotógrafo: no oculta nunca ni su identidad ni sus intenciones (Herms, 2016). La selección de imágenes, instantes decisivos al más puro estilo Cartier-Bresson, documentan sus incursiones ofreciendo retazos sobre sus inquietudes, gustos, intereses o preocupaciones vitales. En su conjunto conforman un importante testimonio de toda una época creativa progresaba amparada por las grandes expectativas puestas en un futuro tecnológico que, al igual que ha sucedido con el metaverso de Zuckerberg, fracasó debido al sobredimensionamiento de los proyectos y a los cambios de rumbo del mercado.



Figura 1. Detalle de *Postcards from heaven*. Fuente: Roc Herms.

### 3.1.2 Comunidad en pandemia: *The Smallest of Worlds – A Social Landscape of Collected Privacy*

En el caso de *The Smallest of Worlds – A Social Landscape of Collected Privacy*, de Joan Soler-Adillon, Betina Katja Lange y Uwe Brunner (Soler-Adillón et al., 2020), documental experimental desarrollado en Realidad Virtual. se ofrece una visión única y experimental de los espacios privados durante la pandemia. Durante los 20 minutos que dura la narración colectiva no lineal, los espectadores pueden acceder e interactuar con elementos visuales y sonoros de cada una de las escenas incluidas en el proyecto.

Los tres creadores, situados en diferentes puntos de Europa (España, Austria y Alemania) ven enseguida una oportunidad para redirigir un proyecto en ciernes de RV como herramienta de storytelling en el que se da cabida a la interactividad. A través de una llamada a la acción, solicitaron vídeos que posteriormente se convertían en “en espacios 3D mediante la fotogrametría” (Mosaic, 2022) . La pieza simboliza tanto en su concepción como en la metodología aplicada una representación de la “reconfiguración del espacio doméstico” y de sus moradores durante el confinamiento (Soler-Adillon, 2021). Constituye una excepcional reflexión coral sobre la privacidad y la intimidad en momentos de crisis, desmarcándose de los cánones impuestos por la industria digital.

Congrega varios elementos conceptuales y metodológicos que le otorgan un cariz peculiar respecto a la mayoría de las prácticas del panorama creativo digital actual:

- La resiliencia y cooperación de los autores, dadas las circunstancias, circunscrita al entorno digital.
- Su búsqueda respecto a formas alternativas de expresión habituales durante la pandemia. Se apela a la intimidad y a la privacidad a través de medios digitales desde un punto de vista singular de respeto hacia la intimidad y la privacidad de sus protagonistas.
- La adaptación del proceso creativo y expositivo condicionado por la realidad del entorno. El proyecto, que sigue en curso, se ha convertido en un trabajo en proceso. Hasta la actualidad se ha representado como proyección, instalación, performance o taller.

La participación de los espectadores apela directamente a dos frentes que se yuxtaponen: la empatía y la imaginación. Por una parte intenta aflorar la esencia de cada experiencia personal durante el COVID-19 en la línea que se promueve en piezas narrativas inmersivas como *Carne y arena (Virtualmente presente, Físicamente invisible)* (2017) de Alejandro González Iñárritu, *Bodyless* (2020) de Hsing-Chien Huang (Huang, 2020), o *Empathy of Scale del Virtual Human Interaction Lab* (VIHL) de Stanford University. En ellas se apela a las emociones y a la solidaridad con los inmigrantes mostrando la crudeza de sus travesías, con las vivencias de personas sin hogar (Mac, 2016; Markowitz & Bailenson, 2021); o con las duras vivencias de Huang en el Taiwán de los años 70.

La articulación de las dimensiones espaciales y temporales personales, generan una paradójica relación entre lo personal y lo tecnológico (Martín Prada, 2023, p. 198). Los autores, que se mantienen en todo el proceso en el papel de mediadores, otorgan un importante papel a la imaginación. Entendida esta, desde una posición cercana a Flusser, en un rol indispensable durante el proceso de acercamiento y conocimiento de cada uno de los habitáculos digitales que conforman el proyecto. De un modo semejante a propuestas como *The Chalkroom* (2017), pieza de RV de Laurie Anderson y Hsi-Chien Huang, que, tras una aparente sencillez formal, desvela la íntima y privada que acontece en habitaciones independientes (Anderson & Marranca, 2018; «Chalkroom», 2018) conformando una delicada lírica narrativa.



Figuras 3 y 4. Detalles de *The Smallest of Worlds*. Fuente: Joan Soler-Adillón.

### 3.1.3 *Cuerpo Transceptor* (2020): Identidad ante nuevos lenguajes

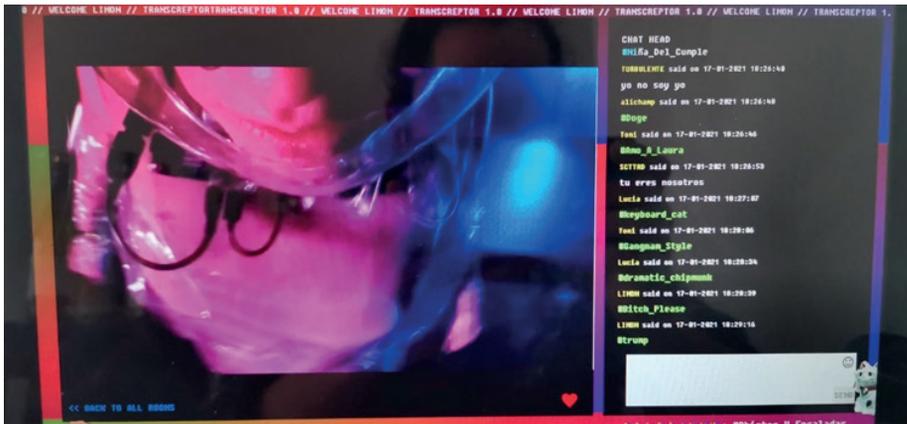
*Cuerpo transceptor*, es una pieza performática de experimentación transdisciplinar creada por Citlali Hernández en 2020, desarrollada con su equipo habitual de colaboradores, en la que convergen diferentes líneas de investigación que abordan “la relación de los cuerpos hiperconectados, la desconexión, la exhibición, la generación de datos y la socialización” (Hernández, 2023) Utilizando plataformas de *streaming* Hernández reflexiona sobre las identidades híbridas, la complejidad de las relaciones entre lo físico y lo digital, vehiculando esa conexión a través de la exposición de la intimidad en la red.

Durante el transcurso de la pieza, las cámaras y circuitos electrónicos diseminados en el cuerpo de la artista funcionan como dispositivos hápticos de comunicación entre los participantes en línea y su figura. La acción transcurre simultáneamente en la sala física y la virtual a través de una interfaz, a la que se accede por invitación, que permite visualizar e interferir en el comportamiento corporal mediante un chat. La pantalla se subdivide en pequeñas salas que a su vez funcionan como pequeñas plataformas de vídeo en directo. La dinámica de participación se centra en la conexión del lenguaje corporal con la gestualidad de las redes (stickers, emojis, tokens, símbolos...) en cada una de las partes del cuerpo de la artista. El lenguaje generado en cada sala on line activa una determinada zona, convirtiendo a la artista en una mediadora-traductora física de un lenguaje eminentemente emocional.

Si en la obra de Stelarc, de Kac o de Marcel.Í Antúnez el cuerpo se expande como interfaz tecnológica partiendo de preceptos que buscan amplificar las posibilidades humanas, en *Cuerpo Transceptor*, más cercano al posthumanismo, la percepción se amplifica y se adentra en el lenguaje característico del capitalismo de plataformas (Srnicek, 2023). El lenguaje artificial empleado como códigos que comprimen la información relativa a nuestra existencia inmersa en el capitalismo del desasosiego (Carrión, 2020) en el que la cultura emocional se ha ido especializando de tal manera que, como afirma Eva Illouz en *Intimidades congeladas* (Illouz, 2007), configuran una narrativa que combina la necesidad de autorrealización con el sufrimiento emocional.

Resulta igualmente representativo la estrategia de que el cuerpo y las máquinas no se oculten, otorgando a la performance un aura especial sobre el descubrimiento de la correspondencia entre mensajes, gestos y posibles significados. A mayor número de intervenciones en la sala, los movimientos de cada área corporal se intensifican. Durante el todo el proceso, la autora y los espectadores -on line y off line- configuran una relación de conocimiento progresivo a través de una relación estética de eminente carácter digital.





Figuras 5 y 6. Imágenes de *Cuerpo Transceptor*. Fuente: Citlali Hernández (<https://turbulente.net/>)

## 4 CONCLUSIONES

Poseer habilidades técnicas, o saber aplicar ciertas metodologías, constituyen verdaderos retos para desarrollar y visibilizar piezas de carácter crítico asociados al género, la identidad o la privacidad. Posiblemente de manera similar a la de otras épocas de incertidumbre en las que impera —en la vida y en el arte, por extensión—, tanto la endogamia, como el mantenimiento en zonas de confort. Urge, no obstante, encontrar nuevas maneras de expresar, e innovar respecto a planteamientos digitales ya caducos para salir de un bucle que más que seguir las peculiaridades de la cultura visual digital establecidas a finales del siglo pasado (Darley, 2002), y que responden en la actualidad a las barreras establecidas por el poder empresarial. Durante los últimos años, además, se han fomentado las metodologías y los lenguajes formales integrados en las herramientas digitales de las grandes corporaciones, lo que dificulta el desarrollo de formas de colaboración y expresión alternativas. En la era de la tecnología le interesa nuestra existencia y nuestras relaciones como parte de nuestro papel de consumidor. Por ese motivo, fomenta nuestra conexión constante, y desdibuja las fronteras existentes entre lo público y lo privado, entre lo real y lo virtual.

Hemos de valorar el desafío que supone el desarrollo de piezas identitarias que implementan nuevos procesos de creación en entornos tan paradójicos y cambiantes como Internet. Entre otros motivos porque es el espacio de producción y de exhibición de buena parte de la creación existente (Groys, 2016). La llamada a la participación o la mera exhibición se ve abocada a una lucha constante contra el individualismo impuesto por la gobernanza en las plataformas y las redes sociales. No olvidemos que los mass media se han centrado especialmente en la gestión de herramientas y recursos dirigidas a promover la visibilización identitaria en línea, acentuando “la hipervisibilización y la sobreexposición” de las personas conectadas (Zafra, 2017, p. 115), mediante estéticas que tienden a la uniformidad.

Las piezas seleccionadas y analizadas en este trabajo ofrecen puntos de vista diferenciadores sobre la identidad en línea, impulsando miradas críticas de diverso nivel, investigando sobre las relaciones y apariencias entre lo real y lo virtual. Han logrado revertir la red y las plataformas mediante estrategias específicas, en las que la hibridación ha tenido un papel fundamental en la concepción, desarrollo y difusión de cada una de ellas. Rescatan y renuevan estética relacional de Bourriaud reconfigurando las relaciones humanas a través de las comunicaciones en línea. Desde perspectivas singulares, consiguen definir y delimitan lo real, lo virtual, y ofrecen la posibilidad de que nuestra imaginación y nuestras experiencias completen cada escena, objeto o situación.

Continuaremos investigando sobre las reflexiones vertidas en cada proyecto respecto a nuevos territorios de contacto, relación y contribución. Incidiendo, especialmente en el modo de difundir prácticas que denotan procesos de trabajo abiertos a nuevos ámbitos, en los que se entrecruzan la experiencia y la capacidad de adaptación. En un momento de cambio de paradigmas, es necesario difundir especialmente este tipo de prácticas que demuestran que desde la innovación, la experimentación y la colaboración sigue siendo posible tender puentes creativos alternativos desde el ámbito digital.

## FINANCIACIÓN

---

PROYECTO I+D MINCIU: PID2020-116999RB-100

## 5 REFERENCIAS

- Anderson, L., & Marranca, B. (2018). Laurie Anderson: Telling Stories in Virtual Reality. *PAJ: A Journal of Performance and Art*, 40(3), 37-44. <https://muse.jhu.edu/pub/6/article/702549>
- Andújar, D. G. (2014). *Sistema operativo*. Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.
- Ardèvol Piera, E., Roig, A., Cornelio, G. S., Pagès, R., & Alsina, P. (2007). Cultura lúdica i pràctiques mediàtiques. *Digithum*, 9, Article 9. <https://raco.cat/index.php/Digithum/article/view/72984>
- Baigorri Ballarín, L. (2019). *Identidades robadas. Arte, apropiación y extimidad en la vida online*. <https://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/155365>
- Baigorri i Ballarín, L., Ortuño Mengual, P., Boj, C., Cilleruelo, L., Díaz, D., González Díaz, P., Marchante Hueso, D., Monleón Pradas, M., Montalvo Gallego, B., Paniagua Gutierrez, V., Planas Farrero, M., Rosado Rodríguez, P., Simó Cachorro, Á., Urroz Osés, A., Zubiaga Gárate, A., & Blotchein Burd, J. (2023). *ARCHID. CUERPOS CONECTADOS II. ARCHID. Cuerpos conectados II. Nuevos procesos de creación y difusión de las prácticas artísticas en la no-presencialidad*. <https://www.ub.edu/archID/>
- Baigorri, L., & Ortuño, P. (Eds.). (2021). *Cuerpos Conectados. Arte, identidad y autorrepresentación en la sociedad transmedia*. Dykinson.
- Bauman, Z. (2007). *Arte, ¿líquido?* Ediciones Sequitur.
- Bauman, Z. (2016). *Vida de consumo*. Fondo de Cultura Económica.
- Bourriaud, N. (2008). *Estética relacional*. Adriana Hidalgo editora.
- Carrión, J. (2020, noviembre 8). Emojis: Un lenguaje emocional. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/es/2020/11/08/espanol/opinion/emojis-que-son.html>
- Carrión, J., Taller Estampa, & GPT-2 y 3. (2023). *Los campos electromagnéticos*. Caja negra.
- Castiglione, A., Cozzolino, G., Moscato, F., & Moscato, V. (2021). Cognitive Analysis in Social Networks for Viral Marketing. *IEEE Transactions on Industrial Informatics*, 17(9), 6162-6169. <https://doi.org/10.1109/TII.2020.3026013>
- Castillo, C. del. (2022, octubre 15). Ben Tarnoff: “Es posible revertir la privatización extrema de Internet”. *elDiario.es*. [https://www.eldiario.es/tecnologia/ben-tarnoff-posible-revertir-privatizacion-extrema-internet\\_128\\_9624427.html](https://www.eldiario.es/tecnologia/ben-tarnoff-posible-revertir-privatizacion-extrema-internet_128_9624427.html)
- Chalkroom. (2018, enero 15). *Laurie Anderson*. <https://laurieanderson.com/?portfolio=chalkroom>
- Coase, R. H. (1937). The Nature of the Firm. *Economica*, 4(16), 386-405. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0335.1937.tb00002.x>
- Crawford, K. (2021). *Atlas of AI: Power, politics, and the planetary costs of artificial intelligence*. Yale University Press. <http://link.overdrive.com/?websiteID=78&titleID=6786933>

Darley, A. (2002). *Cultura visual digital*. Paidós.

Groys, B. (2016, marzo). The Truth of Art—Journal #71. *E-Flux Journal*, 71. <https://www.e-flux.com/journal/71/60513/the-truth-of-art/>

Gumbrecht, H. U. (2020). *El espíritu del mundo en Silicon Valley: Vivir y pensar el futuro* (S. Y. Fernández, Trad.). Deusto.

Hagtvedt, H., & Patrick, V. (2008). Art Infusion: The Influence of Visual Art on the Perception and Evaluation of Consumer Products (SSRN Scholarly Paper 2086795). <https://papers.ssrn.com/abstract=2086795>

Haidt, J. (2022, octubre 1). Por qué las redes sociales debilitan la democracia. *Letras Libres*. <https://letraslibres.com/revista/por-que-las-redes-sociales-debilitan-la-democracia/>

Hausmann, A. (2012). Creating ‘buzz’: Opportunities and limitations of social media for arts institutions and their viral marketing. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 17(3), 173-182. <https://doi.org/10.1002/nvsm.1420>

Herms, R. (2016). Postcards from Home (Barcelona). *Terranova*. <https://terranova.com/product/postcards-from-home/>

Hernández, C. (2023). Materialidades del cuerpo online. *Mosaic*, 198. <https://doi.org/10.7238/m.n198.2303>

Huang, H.-C. (2020). *Bodyless* [Hsin-Chien’s New Media Art ProjectBodyless]. [https://hsinchienhuang.com/pix/\\_3artworks/i\\_bodyless/p0.php?lang=en](https://hsinchienhuang.com/pix/_3artworks/i_bodyless/p0.php?lang=en)

Illouz, E. (2007). *Intimidades congeladas*. Katz Editores: <http://www.katzeditores.com/fichaLibro.asp?IDL=52>

Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación* (Madrid). Paidós.

Klingemann, M. (2023). *Botto*. <https://www.botto.com/dashboard>

Lanier, J. (2011). *Contra el rebaño digital: Un manifiesto*. Penguin Random House Grupo Editorial España.

Lovink, G. (2019). *Tristes por diseño las redes sociales como ideología* (1a ed). Consonni.

Lovink, G. (2022). *Stuck on the Platform: Reclaiming the Internet*. Institute of Network Cultures. <https://networkcultures.org/blog/publication/stuck-on-the-platform/>

Mac, R. (2016, agosto 1). Virtual Human Interaction Lab uses virtual reality to foster empathy for homeless community. *The Stanford Daily*. <https://stanforddaily.com/2016/08/01/virtual-human-interaction-lab-uses-virtual-reality-to-foster-empathy-for-homeless-community/>

Manovich, L. (2014). *El software toma el mando*. Editorial UOC.

Markowitz, D. M., & Bailenson, J. (2021). *Virtual Reality and Emotion: A 5-Year Systematic Review of Empirical Research (2015-2019)*. PsyArXiv. <https://doi.org/10.31234/osf.io/tpsrmr>

Martín Prada, J. (2020). *Prácticas artísticas e internet en la época de las redes sociales* (2a ed. act., reimp. 2020). Akal.

Martín Prada, J. (2023). *Teoría del arte y cultura digital*. Akal.

Morozov, E. (2012). *El desengaño de internet*. Grupo Planeta (GBS).

Morozov, E. (2021, junio 6). Eliminar algunas 'cookies' no es suficiente. Las tecnológicas tienen que ir más allá. *El País*. <https://elpais.com/ideas/2021-06-06/eliminar-algunas-cookies-no-es-suficiente-las-tecnologicas-tienen-que-ir-mas-alla.html>

Mosaic. (2022). Entrevista con Joan Soler-Adillon. *Mosaic*, 196. <https://doi.org/10.7238/m.n196.2141>

OMS. (2023, mayo 19). *Se necesitan medidas urgentes para desencallar la falta de avances en los Objetivos de Desarrollo Sostenible relacionados con la salud*. <https://www.who.int/es/news/item/19-05-2023-urgent-action-needed-to-tackle-stalled-progress-on-health-related-sustainable-development-goals>

Oneto Márquez, M. (2022). Experiencias sociales transmedia: PlayStation Home como primera aproximación de los metaversos en videoconsolas. *Pensar el poder: derechos humanos y herramientas comunicativas, 2022*, ISBN 978-84-1122-080-4, págs. 279-295. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8658229>

Pariser, E. (2017). *El filtro burbuja: Cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos*. Penguin Random House Grupo Editorial España.

Peirano, M. (2020). *El enemigo conoce el sistema: Manipulación de ideas, personas e influencias después de la economía de la atención*. Debate.

Royo, C. S. (2023, enero 23). *Las nuevas tecnologías y la concentración de poder en las empresas*. The Conversation. <http://theconversation.com/las-nuevas-tecnologias-y-la-concentracion-de-poder-en-las-empresas-189497>

Sadin, É. (2021). *La inteligencia artificial o el desafío del siglo: Anatomía de un antihumanismo radical* (1a ed., 1a reimp.). Caja Negra.

Sibilia, P. (2012). *La intimidación como espectáculo* (R. Labriola, Trad.; Primera edición electrónica). Fondo de Cultura Económica de Argentina. <http://www.digitaliapublishing.com/a/43814/>

Soler-Adillon, J. (2021). Espais que parlen: The Smallest of Worlds. *Mosaic*, 195. <https://doi.org/10.7238/m.n195.2132>

Soler-Adillón, J., Joan, Brunner, U., & Lange. (2019). *The smallest of world*. <https://thesmallestofworlds.com/>

- Srnicek, N. (2023). *Capitalismo de plataformas*. Argentina. <https://traficantes.net/libros/capitalismo-de-plataformas>
- Stanford University. (2023). *AI Index Report 2023. Measuring trends in Artificial Intelligence* (6; p. 385). Stanford University. <https://aiindex.stanford.edu/report/>
- Stephenson, N. (2017). *Snow crash* (Primera edición en esta colección). Gigamesh.
- Steyerl, H. (2014). *Los condenados de la pantalla*. Caja Negra.
- Tarnoff, B. (2022). *Internet for the people: The fight for our digital future*. Verso.
- Taylor, C. (1996). Identidad y reconocimiento. *Revista internacional de filosofía política*, 7, 10-19. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2704736>
- Wang, W., & Street, W. N. (2018). Modeling and maximizing influence diffusion in social networks for viral marketing. *Applied Network Science*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.1007/s41109-018-0062-7>
- Zafra, R. (2017). *El entusiasmo. Precariedad y trabajo creativo en la era digital*. Editorial Anagrama.
- Zafra, R. (2020). El arte después de Internet (Contradecirnos o erosionar los límites). *Revista de Occidente*, Febrero 2020(465). <https://digital.csic.es/handle/10261/235557>
- Zuboff, S. (1988). *In the age of the smart machine: The future of work and power*. Basic Books. <http://www.gbv.de/dms/bowker/toc/9780465032129.pdf>
- Zuboff, S. (2020). *La era del capitalismo de la vigilancia: La lucha por un futuro humano frente a las nuevas fronteras del poder*. Paidós.