



Universidad Complutense de Madrid
Facultad de Bellas Artes
Máster Universitario en Investigación
en **A**rte y **C**reación

TFM

Trabajo Fin de Máster



Celia Pardo de Donlebún Iglesias, *Donde no estoy*, 2025

Título:

DONDE NO ESTOY

La sobreexposición mediática de la intimidad en la era digital

Autora: Celia Pardo de Donlebún Iglesias

Tutor: José Gómez Isla

Área temática: Arte-Creación-Producción

Línea de investigación en la que se encuadra el TFM:

Consecuencias de la era digital en el contexto sociocultural y tecnológico.

Convocatoria: Junio

Año: 2025

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quisiera agradecer a mi tutor de TFM, José Gómez Isla, por su implicación desde el primer día hasta el último, por guiarme con paciencia y esfuerzo, y por ser una enseñanza constante. Agradecerle también sus palabras, siempre reconfortantes, y ante todo, su confianza en mí y en mi proyecto.

A María Luisa Nuñez, encuadernadora, y a Lucía Moreno Diz, profesora asociada del departamento de Diseño e Imagen de la Facultad de Bellas Artes. Gracias por ayudarme a hacer posible mi pequeño sueño.

A mis amigos y amigas del Máster. Comencé esta aventura pensando que no entablaría amistad con nadie en tan poco tiempo, pero aparecisteis con vuestro sentido del humor. Gracias por haber creado un hogar conmigo y por hacer de esta experiencia una de las más enriquecedoras de mi vida.

A Bruno y a mis íntimas amigas, por haber vivido a mi lado este proceso y por escuchar con emoción mis progresos. Gracias por querer verme volar y por sostenerme al caer.

Por último, a mi familia, por haberme enseñado a perseguir mis sueños. Son vuestros esfuerzos por los que, a día de hoy, puedo escribir estas palabras. Gracias por poner vuestra vida en poder labrar la mía.

ÍNDICE

1. RESUMEN / ABSTRACT	1
2. INTRODUCCIÓN DEL PROYECTO	2
2.1. Objeto de estudio	3
2.2. El enfoque transversal del estudio	4
2.3. Objetivos	7
2.4. Metodología	9
3. MARCO TEÓRICO	12
3.1. El panorama global actual en el contexto sociocultural y tecnológico	12
3.2. Era digital: primeras plataformas digitales y características	15
3.2.1. ¿A quiénes y cómo afecta la digitalización masiva?	19
3.3. Era postdigital: consecuencias de la sobreexposición mediática	34
3.3.1. Pérdida de intimidad: acercamiento al concepto <i>extimidad</i>	35
3.3.2. El futuro de la tecnología y de las redes sociales	37
3.4. La digitalización en las prácticas de creación artística	40
3.4.1. El álbum fotográfico	41
3.4.2. El diario íntimo	43
4. MI PRÁCTICA ARTÍSTICA: <i>Donde no estoy</i>	44
5. CONCLUSIONES	60
6. BIBLIOGRAFÍA	62
7. ANEXOS	65

1. RESUMEN / ABSTRACT

Esta investigación teórico-práctica reflexiona sobre las consecuencias de la era digital en el contexto sociocultural y tecnológico. El marco de estudio se centra en el análisis de la era digital, sus características y los efectos sociales de la aparición de las primeras plataformas digitales. Además, se presta especial atención a quiénes les afecta la digitalización masiva y cómo. Por otro lado, se indaga en la actual era postdigital y sus principales consecuencias, como la sobreexposición mediática y la pérdida de intimidad en las redes sociales. Como objeto de estudio se presenta el análisis de los usos y los comportamientos de la generación Z en torno a las plataformas digitales, y sus preocupaciones sobre el futuro de la tecnología. De manera complementaria, este proyecto indaga en una consecuencia adicional de la era postdigital: la digitalización masiva de prácticas de creación plástica tradicionales, como el álbum fotográfico y el diario íntimo.

Desde la práctica artística, este proyecto presenta la obra titulada *Donde no estoy* (2025). Utilizando el medio fotográfico y escrito, la obra que presento adopta un carácter narrativo, intimista y autobiográfico, concebido en formato de fotolibro. El proyecto artístico, junto a la investigación teórica, propone un pensamiento crítico y reflexivo sobre el panorama global actual, y sobre quién y cómo compartimos nuestra intimidad.

Palabras clave: Era digital; Digitalización; Intimidad; Sobreexposición mediática; Álbum fotográfico; Diario íntimo.

This theoretical-practical research reflects on the consequences of the digital era in the socio-cultural and technological context. The framework of the study focuses on the analysis of the digital era, its characteristics and the social effects of the emergence of the first digital platforms. In addition, special attention is paid to who is affected by massive digitisation and how. On the other hand, the current post-digital era and its main consequences such as media overexposure and the loss of intimacy in social networks are investigated. As an object of study, the analysis of the uses and behaviours of generation Z around digital platforms and their concerns about the future of technology is presented. In a complementary way, this project investigates an additional consequence of the post-digital era: the massive digitisation of traditional plastic creation practices such as the photographic album and the intimate diary.

From the perspective of artistic practice, this project presents the work entitled *Where I am not* (2025). Using the photographic and written medium, the work uses a narrative, intimate and autobiographical character, conceived in the format of a photobook. The artistic project, together with the theoretical research, proposes critical and reflective thinking about the current global panorama and about who and how we share our intimacy.

Key words: Digital Era; Digitisation; Intimacy; Media overexposure; Photographic album; Intimate diary.

2. INTRODUCCIÓN DEL PROYECTO

El panorama global actual se define, desde un contexto tecnológico, por una digitalización masiva de los medios audiovisuales. Este fenómeno, impulsado por los avances tecnológicos y digitales del siglo XXI, ha permitido la proliferación de plataformas digitales. Por ello se ha consolidado de manera exponencial el uso masivo de redes de relaciones sociales como herramientas primarias de comunicación y exposición pública.

La sociedad contemporánea, por tanto, transita entre la denominada “era digital” -asociada a la época de aparición de dispositivos digitales- y la llamada “era postdigital”, la cual explora las consecuencias de la digitalización. Para comprender este movimiento impreciso, es conveniente saber que el término *postdigital* se refiere a una condición que deviene tras la ruptura de la revolución digital, especialmente tras su expansión a partir de la “revolución de la Web 2.0”.¹ Es posible fechar la transición entre la era digital y la era postdigital en la primera década del siglo XXI, debido fundamentalmente al aumento de capacidad de procesamiento y almacenamiento de datos, y al desarrollo masivo de plataformas digitales, tales como las redes sociales o los servicios de mensajería.

La condición actual de este mundo postdigital se caracteriza por una presencia cotidiana de lo digital omnipresente en nuestras vidas, por una conectividad permanente a dispositivos tecnológicos y pantallas, y por los avances digitales continuados que parecen difuminar las fronteras diferenciales entre la era digital y su condición postdigital actual. Del mismo modo, esta característica puede ser apreciada en la actualidad, además de en un contexto tecnológico, también en un contexto sociocultural, mediático y artístico.

En síntesis, y dado el paradigma actual de hiperconexión en el que la sociedad vive inmersa, resulta inviable comprender la realidad postdigital independientemente de lo digital, ya que funcionan de manera complementaria e interdependiente. La realidad, tal y como se entiende hasta ahora -fundada en la existencia real y efectiva de algo-, está cada vez más atravesada por la información digital. Es en esta posición donde, debido a esos límites imprecisos, la sociedad actual convive con la permutabilidad constante entre la era digital y la era postdigital.

¹ “Expresión acuñada en el año 2004 en un debate en el cual participaron varios representantes de la cibercultura, ejecutivos y empresarios de Silicon Valley. La intención era bautizar una nueva etapa de desarrollo on-line (...)” (Sibilia, 2008, p.17).

2.1. Objeto de estudio

Una vez entendido el panorama global actual desde el que se trabaja, se propone un proyecto de investigación teórica y de práctica artística contemporánea cuyo objeto de estudio permite investigar acerca del contexto sociocultural y tecnológico en la actualidad. Manifestando un acercamiento analítico a la era postdigital, vamos a explorar desde el punto de vista de la creación contemporánea las consecuencias digitales que se producen en la actualidad. Entre los principales efectos que se abordan se encuentra la tendencia creciente a la sobreexposición mediática por parte de individuos/as anónimos/as -gente común y corriente-, lo que nos ha permitido observar una inexorable pérdida de *intimidad* y una aproximación sociocultural al concepto de *extimidad*.² Asimismo, nos planteamos como objeto de análisis el modo en que los medios visuales y los soportes de prácticas de creación plástica tradicionales han sido paulatinamente digitalizados. En este proyecto nos vamos a centrar en el álbum fotográfico y en el diario íntimo.

El presente Trabajo Fin de Máster surge a partir de una íntima inquietud que ha motivado una reflexión sobre la temática arriba descrita. Por esta razón, el objeto de estudio nace y se determina a partir de la formulación de un conjunto de interrogantes que emergen de la necesidad de darles una respuesta: 1. En tanto que individuos/as integrados/as en la sociedad digital contemporánea, ¿en qué situación social y tecnológica nos encontramos en esta era postdigital?; 2. En las actuales plataformas digitales, ¿se diluye progresivamente el concepto *intimidad* entendido como la zona espiritual íntima y reservada de una persona?³; 3. ¿*Intimidad* y *exposición mediática* son compatibles en el mundo contemporáneo?; 4. ¿Acaso somos conscientes de la sobreexposición masiva a la que nos someten las actuales redes sociales?; 5. ¿Se han convertido estas redes en los nuevos soportes de la *intimidad* individualizada de la sociedad postdigital?; 6. Desde el intento por seguir preservando la intimidad, ¿cómo podemos convivir con la digitalización cada vez más generalizada de prácticas de creación, como la confección del álbum fotográfico o del diario íntimo?; 7. ¿Es nuestro perfil de *Instagram* nuestro álbum fotográfico personal y nuestro diario íntimo actual?; 8. ¿A qué segmento poblacional le preocupa más esta situación actual de sobreexposición mediática a través de las redes sociales?

² Toda mención al concepto *extimidad* remite a la antropóloga Paula Sibilia y su ensayo *La intimidad como espectáculo* (2008). La autora rescata este término del psiquiatra y psicoanalista Jacques Lacan.

³ Definición del término *intimidad* según el Diccionario de la Real Academia Española: "Zona espiritual íntima y reservada de una persona o de un grupo, especialmente de una familia".

2.2. El enfoque transversal del estudio

Cada una de estas cuestiones se abordan desde tres enfoques distintos, que operan de manera complementaria. Se trata de un enfoque personal, un enfoque objetivo y un tercer enfoque artístico-crítico. A continuación, los describirlos de manera pormenorizada:

1. Debido a que las cuestiones planteadas son formuladas desde un anhelo y la íntima preocupación de la masteranda, el uso de un enfoque personal resulta imprescindible para localizar las respuestas y tratar el objeto de estudio desde una perspectiva intimista y con ciertos tintes de subjetividad creativa. Como persona perteneciente a la actual sociedad digital, y más concretamente, a la generación Z⁴ -la principal usuaria de plataformas digitales- considero conveniente adentrarnos en el análisis de los usos, los comportamientos y las preocupaciones de los/as integrantes de esta generación. Los miembros de la generación Z perciben habitualmente la condición postdigital actual como un símbolo de avance y progreso sin cuestionarlo demasiado, aunque, en ocasiones, y desde la íntima preocupación de cada integrante, estos avances no siempre son concebidos como positivos. La información generada a partir de un sondeo suficientemente representativo se considera muy pertinente para el proyecto que se presenta. Este enfoque generacional permite que la investigación sea tratada desde una mirada poliédrica, actualizada y, al mismo tiempo, personal e individualizada.

Este enfoque personal que se propone, al ser de carácter intimista, conduce necesariamente a la escritura de un pensamiento reflexivo por parte de la masteranda desde los inicios del proceso de acotación y conceptualización de nuestro objeto de estudio:

Pertenezco a la generación Z. Sí, pero hablo desde mi más íntima convicción cuando afirmo que, como usuaria, no me interesan demasiado los medios de sobreexposición mediática actuales -las redes sociales- pero, a su vez, es un tema que, desde un punto de vista cultural y sociológico, me preocupa desde la perspectiva crítica de análisis que adopto en este trabajo. Así, podemos analizar y circunscribir estos medios al uso de las plataformas digitales que funcionan de la siguiente forma: son las empresas privadas con ánimo de lucro las que aprovechan los avances tecnológicos para crear nuevas plataformas digitales y fomentar el uso de la Inteligencia Artificial, incluso para potenciar una adherencia entre ambas. Las redes sociales aparecen en su origen de forma involuntaria, pero estas se han ido adhiriendo a la vida de las personas bajo un discurso que, como usuarios/as despreocupados/as, nos inculca la necesidad vital de utilizarlas a diario y de manera cada vez más compulsiva. Esta estrategia, un tanto perversa, se materializa, desde mi punto de vista, a través de métodos de vigilancia que pasan

⁴ Cohorte demográfica de personas nacidas entre 1995 y 2012, caracterizadas por haber crecido en un contexto y sociedad digitalizada (Twenge, 2017).

inadvertidos (como las famosas *cookies*⁵), así como mediante masivas llamadas de atención hacia jóvenes y adolescentes, promoviendo tendencias cambiantes, generando climas de opinión artificiales, necesidades erróneas de sobreexponernos, falsas creencias en exclusión social si no nos sometemos a la misma, así como la desinformación, o la difusión interesada y sesgada de *fake news*, y un largo etcétera. La sobreexposición masiva en las redes sociales guía a menudo a los/as usuarios/as de estas plataformas a compartir información personal que, en primera instancia, no suponen ningún peligro aparente. Pero, en realidad, los riesgos a la pérdida de la intimidad sí que existen, así como la falta constante de información, o difusión de informaciones sesgadas e interesadas. A través de sus métodos de vigilancia, las redes sociales son las principales responsables de la venta de datos personales. Pero, como las consecuencias sobre las personas no son directas, estas vulneraciones de la intimidad no se aprecian a simple vista. Al no ser percibidas claramente, no solemos hablar de ello. Y, por si esto no fuera (casi) evidente, en un análisis más pormenorizado, podemos comprobar con datos cómo numerosas empresas privadas con ánimo de lucro lideradas por empresarios, tales como *Meta Platforms*⁶ u *OpenAI*⁷ incrementan sus beneficios tras financiar mayores avances tecnológicos y mejoras en el funcionamiento de la IA. Del mismo modo, no parece mera casualidad que se produzcan continuas actualizaciones en las redes sociales, plataformas de mensajería o de *streaming*. Estas masivas llamadas de atención -que pasan (casi) inadvertidas-, sumergen a sus usuarios/as en una profunda distracción y aturdimiento. Mientras tanto, los fundadores y líderes de tales empresas avanzan en su escalafón de poder a pasos agigantados. En calidad de ejemplo, el reciente nombramiento de Elon Musk como consejero superior del presidente de los Estados Unidos que, ante todo, es un empresario fundador de la empresa *OpenAI*, entre otras.

Todo esto constituye un proceso cíclico. Constantemente, y tras un mínimo sondeo, pulsando el clima de opinión con una simple encuesta, se puede observar cómo las personas tienden a creer que las plataformas digitales resultan imprescindibles para sobrevivir en la sociedad actual -tecnologizada e hiperconectada-. Esa creencia es mayor entre los/as jóvenes y adolescentes pertenecientes a la generación Z. No es un tema puntual, sino todo un síntoma generalizado, que la mayoría de ellos/as muestren signos de presión social en las últimas dos décadas, una presión fomentada fundamentalmente por la condición postdigital en la que vivimos inmersos. Tendemos a sobreexponernos tanto en las redes sociales que perdemos el sentido de la *intimidad* propia. Porque, ¿dónde queda la *intimidad* cuando todo aquello que se considera íntimo es compartido?

⁵ El anglicismo *cookie* se refiere a un archivo de texto emitido por un sitio web almacenado en el navegador del usuario/a, de manera que el sitio web puede acceder a la actividad previa del navegador.

⁶ *Meta Platforms*: Empresa de tecnología y redes sociales, tales como *Facebook* o *Instagram*. Principal fundador: Mark Zuckerberg.

⁷ *OpenAI*: Empresa de investigación y despliegue de Inteligencia Artificial. Principal fundador: Elon Musk.

2. Por otro lado, en esta investigación hemos recurrido a un enfoque objetivo. La investigación teórica de este proyecto se sustenta, en parte, por anteriores indagaciones y análisis socioculturales de autores/as que han abordado fenómenos circunscritos al mismo ámbito que nuestro mismo objeto de estudio. Entre estos/as autores/as podemos nombrar a: Paula Sibilia, antropóloga, por sus estudios en torno a la transformación de la *intimidad* y sus consecuencias en su ensayo *La intimidad como espectáculo* (2008); y a Nicholas Negroponte y su ensayo *El Mundo Digital* (1995). Del mismo modo, también hemos tomado como referente fundamental al filósofo Giorgio Agamben, para comprender mejor la condición postdigital actual; y a Zygmunt Bauman y su ensayo *Amor líquido: Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos* (2006), debido a sus indagaciones sobre las relaciones humanas en la modernidad tardía. Refiriéndonos concretamente al estudio de la digitalización en el arte, también nombramos al filósofo y crítico Walter Benjamin y su ensayo *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* (2003); el ensayo *La cámara de pandora: La fotografi@ después de la fotografía* (2010), del artista e investigador Joan Fontcuberta; y el libro *El ver y las imágenes en el tiempo de Internet* (2018) del profesor e investigador Juan Martín Prada.

Añadimos aquí también aquellos/as referentes formales empleados/as como influencia para la creación de la práctica artística desarrollada en este TFM. Nos referimos concretamente a aquellos/as artistas que paulatinamente han convertido sus temáticas principales en la fusión entre sus vidas y sus obras. Como ejemplos paradigmáticos para nuestro trabajo, podemos nombrar a la artista Sophie Calle y algunas de sus obras como *Exquisite Pain* (1984 - 2003), cuyas fotografías y textos cotidianos dan cuenta de sus características autobiográficas. De igual modo, nos han servido de inspiración las fotografías de Anna Fox, que dan pie a la narración en forma de libro, como muestra en su trabajo *Cockroach Diary* (2000); o la mirada intimista del libro *Recuperar la luz* (2000) de Rosa S. Ramiro y el fotógrafo y hematólogo Carlos Canal. Añadimos también al fotógrafo Jamie Livingston y las fotografías diarias de su proyecto *Some photos of that day* (1979 - 1997), cuya relación con la imagen fotográfica coloca su foco de atención en el tiempo presente visto desde la introspección. No debemos olvidar entre nuestros referentes al medio cinematográfico, en obras como *Smoke* (1995) del director de cine Wayne Wang, y guion de Paul Auster.

Este recurso, basado en la consulta de fuentes secundarias y bibliográficas, producirá un amplio y detallado marco teórico, apoyado tanto en las referencias teóricas y conceptuales de investigadores/as de la esfera social, como en referencias formales desde la creación artística. Los fundamentos teóricos que se formulan en esta investigación, es decir, los constructos culturales que constituyen nuestro objeto de estudio, nos proporcionan los fundamentos necesarios para el análisis desde un contexto académico. Las referencias conceptuales, por otro lado, se van a centrar en conceptos clave y su definición en el marco de la cultura contemporánea. En última instancia, las referencias formales sobre las que trabajamos son las que se refieren a modelos estéticos y visuales utilizados como base para la creación artística. Estas

últimas referencias nos van a proporcionar la aplicación del tercer enfoque de la investigación: el enfoque artístico-crítico.

3. Como se ha argumentado previamente, el presente TFM se vertebra en torno a dos ejes complementarios. Por un lado, la elaboración de una investigación teórica a partir de diversas fuentes y, por otro, la creación de una práctica artística contemporánea que indague en esas mismas cuestiones que aborda la investigación teórica. Este último recae, a su vez, en algunos de los interrogantes citados con anterioridad, los cuales emergen desde la mirada artística y sensible que se vuelve a cuestionar lo siguiente: ¿Cómo los avances tecnológicos en plataformas digitales, especialmente en redes sociales, han provocado la digitalización de prácticas como la del álbum fotográfico o el diario íntimo? Otra cuestión que también se aborda desde la práctica artística es la siguiente: ¿Cómo las características de este nuevo tipo de álbum o diario postdigital han experimentado una considerable variación, tanto en su modo de producción como en su sistema de circulación? Al mismo tiempo, es fácilmente reconocible que toda la información considerada íntima y singular, recogida en los diarios íntimos, las fotografías y en las páginas de los álbumes tradicionales, ha sido sustituida por las características de las actuales redes sociales, que son: la cultura de fotografía masiva, el consumo inmediato, la sobreexposición mediática y las tendencias cambiantes.

Se presenta, por tanto, una producción artística desarrollada desde el paradigma contemporáneo que pone su énfasis, en primer lugar, en comprender la alteración de las propiedades del álbum fotográfico y del diario íntimo -considerando el contexto sociocultural y tecnológico actual-. Y, en segundo lugar, desarrollar un método de creación artística personal que actúa en contraposición a los actuales medios y soportes de creación, que se circunscriben, en esencia, al uso masivo de la imagen publicada en las redes sociales. Esta contraposición entre viejos y nuevos modos de circulación de imágenes actúa como un elemento discursivo que critica, compara, cuestiona y reflexiona sobre los aspectos definitorios del álbum fotográfico y del diario íntimo en la era postdigital actual.

2.3. Objetivos

Tal y como se ha señalado anteriormente, nuestra propuesta investigadora se sustenta en un conjunto de interrogantes formulados desde una inquietud personal y una íntima convicción sobre los fenómenos mediáticos que nos acucian en la era postdigital. Como también se ha señalado, estas cuestiones son abordadas desde tres enfoques interdependientes -el personal, el objetivo y el artístico-crítico, que operan en su acercamiento a la problemática descrita en el objeto de estudio de manera complementaria. Del mismo modo, cada uno de estos enfoques posee a su vez objetivos específicos que conforman el conjunto del proyecto.

1. Desde el enfoque personal, el objetivo principal de nuestro análisis radica en encontrar respuestas concretas a las preguntas citadas en el apartado 2.1. al acotar nuestro objeto de estudio. Siendo más precisos, estas cuestiones significan en su misma formulación el nacimiento de la investigación teórica y de la práctica artística desarrollada a lo largo de este trabajo, por lo que son tratadas como aquello que le da forma y sentido al proyecto. Dichas cuestiones, a las que esperamos dar cumplida respuesta a lo largo del estudio, son formuladas desde la sensibilidad de la masteranda que pertenece al contexto histórico y sociocultural analizado aquí y, a su vez, desde la curiosidad de quien analiza dicho fenómeno con cierta distancia escrutadora. Resulta fundamental, a nivel personal, indagar sobre si las opiniones, inquietudes y convicciones de toda una generación son comunes para la mayoría de los miembros. Este proceso, como ya se ha comentado previamente en el apartado 2.2., se desarrolla desde el análisis crítico de los usos, los comportamientos y las preocupaciones de los/as integrantes de la generación Z, con el propósito de hacernos eco de las reflexiones personales que esta misma generación ha producido en torno a la problemática actual en el ámbito digital y postdigital.

2. Desde el enfoque objetivo y teórico de nuestro análisis, se emplean un conjunto de referencias conceptuales, así como estudios teóricos anteriores para abordar nuestro objeto de estudio con una mirada prospectiva. Aquí radica la finalidad de la aplicación de este enfoque: presentar el contexto con ayuda de las referencias y generar una crítica en torno a ello. Este proyecto tiene como finalidad esencial, no solo dar respuesta a unas cuestiones de carácter intimista, sino también compartir dichas reflexiones con la intención de fomentar un diálogo enriquecedor en torno a ellas. Con este objetivo, se busca generar una situación y un espacio interdisciplinar de intercambio de ideas que contribuya a una mayor comprensión de los temas abordados.

3. Desde el enfoque puramente artístico-crítico, el propósito central consiste en la creación de una obra desde un discurso estético y dialéctico, en el sentido filosófico del término. Si bien la investigación teórica aborda un objeto de estudio suficientemente complejo, la producción de la práctica artística se cimienta a partir de un carácter expresivo que se ubica en el paradigma plástico contemporáneo. Se presenta así la coexistencia de dos procedimientos de producción esenciales. Por un lado, nos planteamos cuestionar los actuales métodos de creación del álbum fotográfico y del diario íntimo en la era postdigital. Y, por otro, pretendemos elaborar un método personal de creación que funcione como contraposición al anterior modelo. Este último método de producción permite que la obra resultante se contemple desde un marco contemporáneo de observación que:

1. Compara ambos métodos -el postdigital actual y el personal que se propone- desde la investigación teórica, la experimentación práctica y el enfoque intimista.
2. Trata la supervivencia y permanencia del álbum fotográfico como práctica de creación de archivo.

3. Manifiesta la pérdida de *intimidad* en las redes sociales y el acercamiento sociocultural al concepto *extimidad*.
4. Reniega de la sobreexposición mediática general y actual de las nuevas generaciones basada en la fotografía en masa y la inmediatez de su circulación.
5. Cuestiona la habitual forma de expresión de la autobiografía en las redes sociales. Esta funciona mostrando rostros, nombres propios y datos personales concretos, susceptibles de ser comercializados y de convertirse en un producto de extorsión para los/as usuarios/as.
6. Defiende el arte a partir de la reformulación del álbum fotográfico y del diario íntimo clásico como prácticas artísticas que fomentan el desapego hacia lo digital y/o lo postdigital.

Asimismo, desde el enfoque artístico se comparte el segundo objetivo mencionado, la observación crítica del fenómeno, ya que la práctica artística también recoge la necesidad de proyectar un discurso que implique un diálogo común con los/as espectadores/as. Por tanto, en el proyecto que se presenta, la crítica sociocultural se encuentra inscrita en ambos ejes: en la investigación teórica y en la producción artística.

En definitiva, a través de este proyecto teórico-práctico que se propone, y por medio de los tres enfoques clave antes citados, pretendemos alcanzar los siguientes resultados: por un lado, desarrollar una reflexión sobre el contexto sociocultural, y las conductas y consecuencias tecnológicas en la condición postdigital actual. Por otro lado, tratar de descubrir si los interrogantes que motivan el origen del proyecto obtienen una respuesta solvente y clara respecto a nuestro objeto de estudio, y si estas respuestas son comunes a otros planteamientos sociológicos y culturales.

2.4. Metodología

Tanto la investigación teórica como la práctica artística se desarrollan de manera paralela y están íntimamente ligadas a la motivación personal. Asimismo, los tres enfoques transversales del proyecto recogen una metodología específica.

Desde el enfoque personal, se ha decidido utilizar una metodología cuantitativa de análisis, lo que nos permite cuantificar y analizar datos concretos, y realizar una discusión fundamentada sobre los mismos. Para ello, hemos elaborado una encuesta dividida en diversas preguntas destinadas a conocer la opinión de la generación Z sobre este momento histórico. Su amplio intervalo de edad, -que comprende a los/as nacidos/as entre 1995 y 2012- (según Twenge, 2017), nos ha permitido recabar una información valiosa para la investigación, desde una perspectiva generacional y, al

mismo tiempo, personal e individualizada. Dicha encuesta posee una duración aproximada de cinco meses -desde diciembre de 2024 a abril de 2025-, con el fin de recoger el mayor número de datos y los resultados más específicos y concretos posibles. El cuestionario fue elaborado acorde con la acotación y formulación de nuestro objeto de estudio y sus conclusiones serán expuestas en el presente documento para alcanzar uno de los objetivos propuestos anteriormente.

El acceso a la encuesta aparece al final del documento (apartado 7.).

Desde el enfoque objetivo, creemos conveniente emplear una metodología basada en el análisis de los conceptos clave que determinan el proyecto -era digital, era postdigital, intimidad, *extimidad*, sobreexposición mediática, álbum fotográfico-. Para ello, nos apoyamos en la consulta de fuentes teóricas y conceptuales citadas en el apartado 2.2.

Desde el enfoque artístico-crítico, como se ha comentado anteriormente, se ha producido una obra artística desde el contexto contemporáneo. Su enfoque radica en la elaboración de un álbum fotográfico con matices de diario íntimo que se ha llevado a cabo por contraposición a las actuales tendencias dominantes; si actualmente lo que reina en las redes sociales es la imagen, la obra que aquí proponemos pretende limitar su exposición de forma voluntaria en función de las necesidades artísticas, y no en función de los sistemas actuales de circulación *online*.

Metodológicamente hablando, el proceso de producción posee una duración sin un límite preestablecido. Se trata de un proyecto abierto destinado a tomar una fotografía y a escribir una reflexión diaria con una visión a largo plazo. La finalidad de esta iniciativa persigue visualizar y comprender el proceso de evolución artística y transformación personal para hallar las respuestas a las preguntas que surgen en mi vivir cotidiano, resolver mis inquietudes personales y afianzar mis convicciones. El proyecto, al ser abierto, puede ser visualizado de manera digital a medida que va creciendo. Es importante recalcar que este soporte digital funciona únicamente como recurso temporal para visualizar la obra hasta que llegue a su fin.

Enlace a la página web: <https://cpardodedonlebunig.wixsite.com/donde-no-estoy>

Donde no estoy

Febrero de 2025 - en progreso

14/02/2024 18:02



Figura 01 - Captura de pantalla de la página web del proyecto artístico *Donde no estoy*, 2025

19/02/2025 18:46



Qué hago con todo lo que guardé,
donde lo deajo.
Y qué hago con todo lo que quise guardar
y no se pudo, no dio tiempo.

Figura 02 - Captura de pantalla de la página web del proyecto artístico *Donde no estoy*, 2025

El grueso de producción artística de este TFM radica en la elaboración de un fotolibro que recoge las fotografías y escritos de los primeros treinta días del proyecto artístico (14 de febrero de 2025 - 15 de marzo de 2025). Esta recopilación de vivencias personales en formato de fotolibro permite un acercamiento físico al álbum fotográfico y al diario íntimo aquí planteado. La dinámica completa de ideación y producción de esta propuesta artística en el marco del TFM será presentada más adelante en este mismo documento.

3. MARCO TEÓRICO

La investigación teórica del proyecto se sustenta, como indica el objeto de estudio (apartado 2.1.), en cuestiones concretas e inquietudes personales. Para dar con las respuestas a dichos interrogantes, hemos estructurado el marco teórico del proyecto de la siguiente manera:

Para comenzar, al tratarse de una investigación contemplada desde el ámbito de la digitalización visual contemporánea, debemos analizar el panorama global actual desde el contexto sociocultural y tecnológico. Debido al amplio alcance de la investigación, hemos decidido acotar el análisis de este estudio a la era digital y a su condición postdigital actual, desglosando y determinando así sus principales características. Una vez concretadas, e implantando las metodologías de análisis descritas anteriormente (en el apartado 2.4.), comenzamos a dar paso a las indagaciones sobre las actuales consecuencias de la digitalización, a saber: la sobreexposición mediática, la pérdida de intimidad en las redes sociales, el acercamiento sociocultural al concepto de *extimidad*, y la digitalización masiva de los medios visuales y los soportes propios de prácticas de creación plásticas tradicionales -como el álbum fotográfico, entre otras-.

3.1. El panorama global actual en el contexto sociocultural y tecnológico

Nos referimos al “panorama global actual” cuando hablamos del conjunto de circunstancias, eventos y dinámicas que configuran la situación en la actualidad a nivel mundial. Este panorama, o estado circunstancial, abarca cada uno de los aspectos relevantes que configuran y afectan al funcionamiento de los sistemas del orden mundial. Refiriéndose al filósofo e historiador Michel Foucault, la antropóloga Paula Sibilia, en su ensayo *La intimidad como espectáculo*⁸, apunta lo siguiente:

⁸ En este documento nos apoyamos repetidamente en el ensayo *La intimidad como espectáculo*, 2008, de la antropóloga Paula Sibilia. Toda mención a una cita de la autora remite exclusivamente a este ensayo.

Ya hace casi dos décadas, el filósofo francés describió un régimen apoyado en las tecnologías electrónicas y digitales: una organización social basada en el capitalismo más desarrollado de la actualidad, donde rigen la sobreproducción y el consumo exacerbado, el marketing y la publicidad, los servicios y los flujos financieros globales. Y también la creatividad alegremente estipulada, “democratizada” y recompensada en términos monetarios. (Sibilia, 2008, pp 21-22)

Esta cita abre paso al análisis del contexto sociocultural y tecnológico actual que determina la investigación del presente TFM. A fin de indagar en ambos contextos, resulta imprescindible comprender que no se trata ya de entornos separados entre sí, sino que, por el contrario, resultan completamente interdependientes. Al igual que ocurre con otros contextos, ya sea el político, el económico, el histórico, o de cualquier otra índole, en los cuales esta dependencia mutua se considera un hecho. Los múltiples sistemas y contextos que rigen la sociedad en la actualidad a nivel mundial funcionan de manera codependiente, lo que indica que las transformaciones ocurridas en unas esferas determinadas, afectan a otras, aunque sea a distintos niveles. Como ejemplo paradigmático, podemos nombrar el fenómeno actual de creación de plataformas digitales, las redes sociales y el problema de la privacidad de datos. Este suceso, perteneciente en exclusiva al s. XXI, demuestra cómo el contexto sociocultural y el tecnológico, entre otros, están íntimamente interconectados.

De manera sintetizada y desde el ámbito tecnológico, tanto las plataformas digitales como las redes sociales y los servicios de mensajería recolectan cantidades ingentes de datos personales de sus usuarios/as en el momento mismo en que acceden a un determinado servicio o aplicación. Esta información es utilizada posteriormente, casi de manera instantánea, para personalizar servicios (utilizando las conocidas *cookies* como archivos de almacenamiento) para “mejorar supuestamente” la experiencia del usuario/a. Sin embargo, los usos que las empresas que usan el *big data* hacen de la información personal de los ciudadanos/as, plantean riesgos graves en términos de seguridad y privacidad. Por ello, a nivel social y cultural, las preocupaciones en torno a la privacidad de datos afectan, en un tanto por cierto considerable, a la confianza del público en torno a las plataformas digitales, las aplicaciones móviles y las páginas web. La información almacenada de esos datos, a pesar de asegurarse como hermética e intransferible por parte de las empresas, pueden sufrir filtraciones y ataques, del mismo modo que la privacidad de los usuarios/as es constantemente vulnerada con fines lucrativos. Esta situación acarrea consecuencias sociales significativas, erosionando los usos, los comportamientos y las preocupaciones de la sociedad digital en torno a las plataformas digitales y los avances tecnológicos actuales.

A este fenómeno se debe añadir un problema de carácter moral, es decir, el contexto ético y deontológico de los negocios web, que plantea preguntas inevitables como: ¿es adecuado que las empresas dueñas de los sitios web y las plataformas digitales más prevalentes en la actualidad compartan datos personales con terceros?; ¿cómo se

deben proteger los datos personales?; ¿es posible convertirlos en intransferibles?; ¿tienen derecho los usuarios/as a saber cómo y para qué se utilizan sus datos privados?

Refiriéndonos al caso concreto de las *cookies*, como archivos de almacenamiento de datos personales de los usuarios/as, estas fueron creadas junto con una extensión denominada *banner de cookies*. Este aviso, generalmente, informa sobre la recopilación de sus datos personales y solicita el obligado cumplimiento para el uso de estas por parte de quien nos lo requiere. Si se refiere específicamente a la política de privacidad, esta puede ser consultada por el interesado/a. Sin embargo, en ese mismo instante, la persona se enfrenta a un dilema ético y sociocultural, y termina aceptando de manera sistemática e indiscriminada para estar informada de los contenidos que las plataformas ofrecen. Las razones por las que la mayoría de personas no leen las políticas de privacidad de las páginas web o las plataformas digitales tienen que ver con factores principalmente sociales, además de psicológicos y prácticos. Hablamos de largos y complejos textos saturados de jerga legal y tecnicismos. Además, en el mundo digital actual, donde la velocidad en la red es protagonista, los usuarios/as acuden a Internet en busca de respuestas rápidas y eficaces, por lo que resulta inviable e incoherente dedicar más tiempo a leer la política de privacidad de una determinada plataforma que a consultar la información deseada que esa misma plataforma nos ofrece. Es en esa coyuntura donde la ética personal de cada individuo/a se cuestiona si debe continuar ignorando o no el uso indiscriminado de las *cookies* con su información privada, a pesar de las posibles consecuencias que, al no ser directas y tangibles en el día a día, pasan completamente inadvertidas. Por el contrario, quizá debamos plantearnos revertir la situación y comenzar a preguntarnos de forma más reflexiva lo siguiente: ¿y si fueran las empresas propietarias de los sitios web y las plataformas digitales las que, mediante complicaciones y obstáculos, están buscando dificultar la lectura de las políticas de privacidad, promoviendo una aceptación automática por parte de los/as usuarios/as?; ¿y si, en lugar de pretender advertir e informar a la sociedad, estas empresas están recurriendo a estrategias difíciles de anticipar y detectar por parte del usuario/a medio?

Muchas de estas cuestiones representan únicamente la superficialidad de una problemática mucho más profunda sobre el asunto en cuestión. Asimismo, sería oportuno añadir a esa cuestión moral la vinculación con otros contextos, como el legal y el jurídico, el político e incluso el económico. A partir de este ejemplo -el fenómeno actual de creación de plataformas digitales y la privacidad de datos personales de los usuarios/as-, se visibiliza un sistema que funciona mediante la interdependencia entre contextos, conformando un conjunto de circunstancias y dinámicas que acucian al panorama global actual. Como este, existen otros muchos fenómenos de la misma índole que resultan fácilmente detectables en el entorno digital actual y que, en la inmensa mayoría, atañen principalmente a los contextos sociocultural y tecnológico de la sociedad globalizada. Dichos acontecimientos se encuentran sumergidos en el período de la era digital o “Era de la Información” (Castells, 1999) y su condición postdigital actual. Además, han afectado y afectan significativamente a la construcción

del yo y a las narrativas discursivas de las subjetividades en torno a las redes sociales, por lo que resultan susceptibles de una investigación más profunda. Para ello, acudimos de nuevo a las palabras de la antropóloga Paula Sibilia en el capítulo *El show del yo*, perteneciente a su ensayo *La intimidad como espectáculo*:

Ocurre que *usted* y *yo*, todos *nosotros*, estamos “transformando la era de la información”. Estamos modificando las artes, la política y el comercio, e incluso la manera en que se percibe el mundo. *Nosotros* y no *ellos*, los grandes medios masivos tradicionales, tal como ellos mismos se ocupan de subrayar. (Sibilia, 2008, p. 11)

3.2. Era digital: primeras plataformas digitales y características

Como se comentaba en la introducción del proyecto (apartado 1), el panorama global de la creación contemporánea se encuentra atravesado por la era digital. Esta, de manera sintética y para contextualizar este fenómeno global, se inicia con el auge de las tecnologías de la información y la comunicación (TICs), marcado por la generalización de la computadora personal (PC), Internet y los dispositivos móviles. Desde su popularización planetaria, a partir de los 2000, se consolidaron nuevas formas de comunicación, haciendo posible una interacción entre usuarios/as de manera inmediata y global. Los primeros espacios en Internet fueron abarcados por empresas “prosumidoras” embarcadas en la “revolución de la Web 2.0” que, según palabras de Paula Sibilia, “nos ha convertido en las personalidades del momento” (Sibilia, 2008, p. 27). Se trata de un período histórico en el cual las tecnologías digitales transformaron los modos de producción, consumo y distribución de la información, lo que se extendió además hacia otras relaciones sociales, políticas y económicas a escala mundial. Esta etapa, sin ir más lejos, se data a finales del s. XX y principios del s. XXI, y viene determinada por la transición que va de una sociedad, predominantemente analógica y basada en la comunicación física, a una sociedad interconectada digitalmente, impulsada por la informática y las redes de relaciones sociales.

Las primeras comunidades cibernéticas, como *SixDegrees*, *Fotolog*, *MySpace*, *Hi5*, *Buzz* y *SecondLife*, fueron creadas por empresarios occidentales protegidos bajo sobrenombres y avatares. Estas redes sociales, en el tránsito del s. XX al s. XXI, se popularizaron mediante la aparición -que en aquel momento parecía impensable- de las primeras posibilidades de crear perfiles virtuales, contactar con otros/as usuarios/as y compartir información a través de Internet. Mientras que algunas plataformas estaban dirigidas a la publicación de contenidos y otras a las relaciones interpersonales, aparece la red social *Facebook* (originalmente llamada *Thefacebook*, lanzada en el año 2004). Esta plataforma virtual situó a los contenidos y a las relaciones entre usuarios/as al mismo nivel, siendo capaz de convertir a cada uno de ellos/as en un “eficaz instrumento de marketing para decenas de compañías que venden sus productos y servicios en

Internet” (Sibilia, 2008, p. 26). Para la empresa, esta estrategia permitía que sus consumidores/as -gente común- se vieran atraídos/as por la llamativa sensación de “ser el protagonista de su vida”, por lo que a las personas -en especial a los/as jóvenes- nos resulta muy atractivo, debido a ese afán de “saber quiénes somos” y “encontrar nuestra identidad en un océano de identidades”. Por tanto, si una red social nos brinda la oportunidad de conocer otras personalidades, “quizá” sea más fácil descubrir la nuestra.

Hoy en día, los algoritmos de las redes sociales nos enseñan aquello que nos gusta observar, aquello que incluso admiramos. Al mismo tiempo que mostramos al mundo nuestros pensamientos, costumbres o cotidianidades por las, aparentemente, no se nos critica. El mecanismo es sencillo: si publico una experiencia personal y recibo cantidades de *likes* y comentarios de cariño y adoración, lo más probable es que continúe compartiendo experiencias similares al mundo. Sibilia lanza una pregunta en su ensayo: “¿cómo se llega a saber lo que se es?”, una cuestión tan repetidamente planteada (Sibilia, 2008, p. 32). Las redes sociales dan la oportunidad de crear un mundo interior, plagado de confesiones y “vidas privadas” con las que compararse para dar con la respuesta a esa tan complicada pregunta. Parece sorprendente, pero las empresas dueñas de las redes sociales funcionan y aumentan sus beneficios gracias a nuestro afán de descubrir quiénes somos. Experimentamos y consumimos experiencias ajenas para poder identificarnos con otras personas, otras vidas, y así darle un sentido a la nuestra. Funciona de manera similar a “lo que veo es lo que quiero, sin pensar si lo necesito”. Lo que parece no calar en las mentes de la población más joven, es que el sentido de la vida no se encuentra en un perfil de *Facebook*, ni de ninguna otra red social, ni siquiera analizando otras vidas a través de una pantalla. Tampoco es que crea que existe un “método infalible” para responder a esa pregunta. Simplemente considero que la forma de no vernos atropellados/as por la búsqueda de una identidad firme e inamovible supone también alejarse del modo en que se nos ha convencido para encontrarla: las redes sociales.

A raíz del llamado “fenómeno *Facebook*” aparecieron otras redes sociales conocidas en la actualidad, como *Instagram*, *TikTok* o *X* (antiguo *Twitter*), así como aplicaciones de mensajería (como *WhatsApp* o *Telegram*) y plataformas de contenidos en *Streaming* (como *Netflix*, *Filmin*, *Amazon Prime* o *HBO*). Todas ellas conforman en la actualidad un conglomerado virtual de redes interpersonales caracterizadas por la inmediatez, la sobreexposición mediática de nuestra identidad -dicho en otras palabras, el exhibicionismo masivo en redes sociales-, y numerosas actualizaciones y tendencias cambiantes. Estas características resultan ser especialmente llamativas para las personas, y no es un caso aislado, sino que se trata de un fenómeno sociocultural del que se ha investigado en numerosas ocasiones. Hablamos de la influencia que ejercen las modas y las tendencias en la sociedad actual. Estas han aumentado vertiginosamente desde la proliferación de las plataformas digitales -y más concretamente de las redes sociales-. Aparecen y desaparecen de manera vertiginosa, porque la velocidad y el constante cambio en la identidad de las personas resultan ser las verdaderas protagonistas en la forma de vida de la sociedad digital actual. Del

mismo modo que hablamos de tendencias, lo hacemos de microtendencias, que son múltiples y fácilmente detectables a través de las redes sociales actuales como *Instagram* o *TikTok*. No es difícil comprender por qué la aparición de las microtendencias es constante: actualmente, las redes sociales más populares del momento son los principales focos de publicidad y marketing de las empresas privadas, las cuales son responsables del amplio número de microtendencias y la constante aparición de las mismas. La principal razón se podría resumir en que afectan positivamente al consumo de sus productos y/o servicios, además de ser una constante referencia en el mercado de consumo por sus persistentes actualizaciones. Así mismo, las principales voces dirigidas al público en las redes sociales, los/as *influencers*, reciben una gran compensación económica por la promoción de dichas empresas y sus debidas microtendencias y actualizaciones. Es curioso que esos/as *influencers* sean, al fin y al cabo, usuarios/as comunes que, después de un uso excesivamente masivo de sus redes sociales, sean considerados/as de tan amplia relevancia y referencia para toda una población, en su mayoría jóvenes. En el estudio *Trends in Social Media: Persistence and Decay* (Tendencias en los Medios Sociales: Persistencia y Decadencia), realizado por los investigadores Sitaram Asur, Bernardo A. Huberman, Gabor Szabo y Chunyan Wang (2011), se afirma, traducido al español, lo siguiente:

Las redes sociales generan una gran cantidad de contenido en tiempo real a un ritmo incesante. De todo el contenido que las personas crean y comparten, solo unos pocos temas logran atraer suficiente atención para convertirse en tendencias temporales que se muestran a los usuarios. (Asur, Huberman, Szabo y Chunyan, 2011a, p. 1)

Así mismo, en el artículo *Long Trend Dynamics in Social Media*, 2011 (Dinámica de las Tendencias a largo plazo en los Medios Sociales) de nuevo, de los investigadores Bernardo A. Huberman y Chunyan Wang, se señala que “una característica principal de las redes sociales es que su diverso contenido, generado copiosamente tanto por medios estándar como por usuarios generales, compite constantemente por la escasa atención de grandes audiencias” (Asur y Huberman, 2011b, p. 1). En síntesis, todo se podría resumir en la necesidad social, cultural y tecnológica de estar conectado a la red. Del mismo modo que la urgente necesidad de “estar al día”, de compartir para enorgullecerse, de presumir y exhibir a través de imágenes, y de opinar libremente sin apenas restricciones de censura, tiene una amplísima relación con el constructo social que se ha impuesto a lo largo de la historia. Este constructo se basa en la idea de que mostrar aspectos personales en plataformas digitales es una forma legítima -y en la mayoría de los casos, necesaria- de validación social, autoafirmación, descubrimiento de identidad y pertenencia a una comunidad. Esta práctica del s. XXI se encuentra profundamente entrelazada con valores contemporáneos como la autenticidad, la visibilidad -aunque en ocasiones performativa-, y la construcción de una marca personal. A través de este suceso, los usuarios/as nos vemos abocados a utilizar las redes sociales impulsados/as por la curiosidad por lo ajeno, el deseo de conexión y validación social, convirtiéndonos así en consumidores/as masivos/as y transformando nuestros usos y comportamientos hacia prácticas y consecuencias, en su mayoría, negativas. Del

mismo modo que nos vemos mordiendo el anzuelo de la recompensa monetaria por nuestra actividad en redes sociales. La aparición de este constructo no se respalda en una única persona creadora de una determinada red social, sino en el resultado de múltiples procesos socioculturales y tecnológicos interconectados, es decir, la llegada de la era digital. Esta aparición a nivel global se podría analizar desde un posicionamiento crítico más sombrío, como el del filósofo Giorgio Agamben sobre el desarrollo tecnológico. En su texto *La técnica y el gobierno*, publicado en su columna *Una voce* el 2 de enero de 2023, el autor argumenta que “el creciente desarrollo de las tecnologías, tanto científicas como sociales, produce, de hecho, una verdadera inhibición de la vitalidad, de modo que ‘cuanto más avanza la humanidad por el camino de la técnica, más se acerca a ese punto fatal en el que el progreso significará destrucción” (Agamben, 2023). Para este pensador, y así lo manifiesta en sus escritos sobre “biopolítica” y “vida desnuda”, la integración de la tecnología no solo afecta a los procesos de comunicación, sino que subyuga a los sujetos a un sistema de control donde la vida humana se convierte en una parte de la maquinaria tecnológica que la organiza y la gestiona. A estas palabras se les añade la reflexión de Nicholas Negroponte, fundador y director del MIT Media Lab⁹. En uno de sus textos más influyentes, *El Mundo Digital*, declara lo siguiente:

Quando se habla de la digitalización, lo que a muchos ejecutivos de los media les preocupa es encontrar un medio de difusión más eficaz que el existente. Pero, como el caballo de Troya, las consecuencias de este regalo pueden ser sorprendentes. Ser digital supondrá la aparición de un contenido totalmente nuevo, surgirán nuevos profesionales, inéditos modelos económicos e industrias locales de proveedores de información y entretenimiento. (Negroponte, 1995, p. 14)

Resulta curioso denominar “caballo de Troya” a las consecuencias de la digitalización, refiriéndose a una estrategia que parecía ser positiva y ha terminado siendo una trampa para el común de los ciudadanos/as. Es posible observar, a día de hoy, que la llegada de la era digital planteó la misma problemática. Los avances tecnológicos parecen, inicialmente, positivos. Sin embargo, el tiempo ha puesto en evidencia que, frente a las innegables ventajas de esa digitalización, han desembarcado con igual fuerza un conjunto de consecuencias inesperadas y transformadoras en absoluto beneficiosas. Aunque la historia sobre el “caballo de Troya” de Negroponte trajo sorpresas no deseadas, en el contexto actual deberíamos plantearnos reflexiones como, ¿para quiénes no son deseadas esas consecuencias?; o, ¿existe algún porcentaje de la población mundial -por mínimo que sea- que sí desee dichas sorpresas? Parece que generalizar u homogeneizar a todos/as los/as individuos/as de una sociedad dentro de una misma categoría o creencia común carece de sentido cuando se trata de un fenómeno global como la llegada a la era digital.

⁹ MIT Media Lab: Laboratorio de diseño y nuevos medios del Instituto Tecnológico de Massachusetts.

3.2.1. ¿A quién y cómo afecta la digitalización masiva?

Este fenómeno se puede explicar teniendo en cuenta que no todas las personas experimentaron la digitalización del mismo modo ni sufrieron las mismas consecuencias, ya que, mientras que unas se identificaban como consumidoras y receptoras -usuarios/as comunes-, otras invertían en ellas recibiendo beneficios, oportunidades futuras y generando nuevos contenidos -empresas privadas y socios de mercado-. En este punto, tampoco podemos olvidar el alto porcentaje de población mundial que aún hoy en día no posee una línea de teléfono o acceso a Internet. Esto puede resultar inaudito, sobre todo, desde la visión de la digitalización por parte de una pequeña parte de la población mundial que goza de una posición de privilegio por poseer las “facilidades” que los avances tecnológicos pueden aportar. Sin embargo, nuestro estudio considera que la digitalización es un hecho a escala global por lo que apelamos, de nuevo, a las palabras de Paula Sibilia. Esta investigadora manifiesta que ese porcentaje distanciado de la digitalización “no causa demasiado asombro si consideramos que el 40% de la población mundial tampoco dispone de una tecnología bastante más antigua y reconocidamente más basilar: el inodoro” (Sibilia, 2008, p. 28). En su ensayo *La intimidad como espectáculo*, en el cual nos apoyamos repetidamente en este proyecto, la autora dedica casi todo un cierre de capítulo a analizar la distribución geográfica en cuanto a la digitalización de los medios y sus consecuencias a inicios del año 2000.

Con el objetivo de analizar los porcentajes y las estadísticas de una manera más actualizada, nos apoyaremos en el Grupo Banco Mundial¹⁰. En el año 2023, este grupo publica junto con UIT¹¹ un informe titulado *Digital Progress and Trends Report 2023* (Avances y tendencias digitales 2023), el último sobre los progresos de la digitalización en el mundo y la producción y el uso de tecnologías digitales a nivel continental. Este estudio abarca, según la página web de la multinacional, “desde los empleos digitales, las exportaciones de servicios digitales y el desarrollo de aplicaciones hasta el uso, la asequibilidad y la calidad de Internet”, añadiendo que la minuciosidad de los avances “en especial en los países de ingreso bajo y mediano, ayudará a reducir la brecha digital orientado a los responsables de formular políticas y al sector privado hacia las áreas que necesitan atención crucial y soluciones eficaces”. De la totalidad de información que este estudio puede aportar, nos centraremos en el análisis del uso de Internet.

¹⁰ Organización multinacional especializada en finanzas y asistencias. Fundado en 1944 e integrado por 189 países miembros.

¹¹ Unión Internacional de Telecomunicaciones: Organismo de la Organización de las Naciones Unidas.

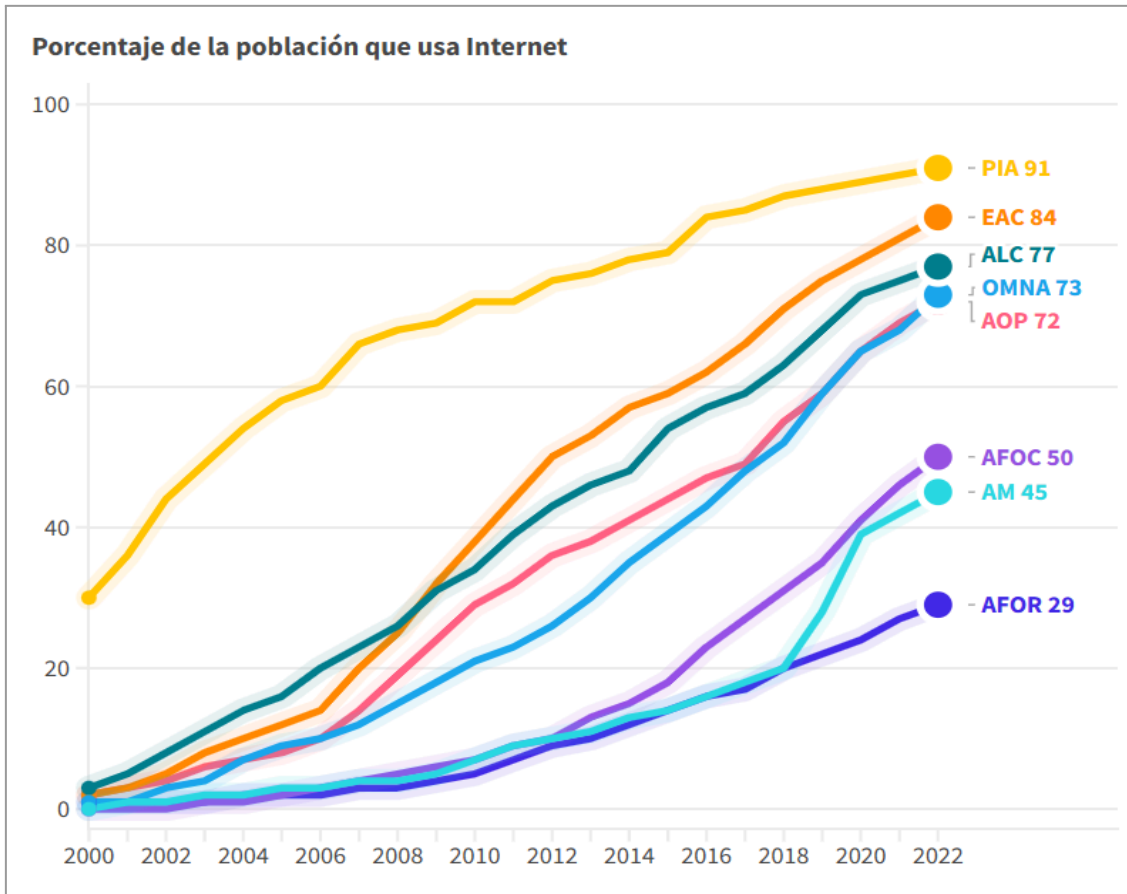


Figura 03.

Fuente: Cálculos de UIT y el Banco Mundial. Notas: PIA (Países de Ingreso Alto), AFOR (África Oriental), AFOC (África Occidental), AOP (Asia Oriental y el Pacífico), EAC (Europa y Asia Central), ALC (América Latina y el Caribe), OMNA (Oriente Medio y Norte de África), AM (Asia Meridional). Los valores del tiempo transcurrido en enero de 2019 están normalizados a 1 y los valores se suavizan durante seis meses.

Como muestra el gráfico, se establece una comparativa entre el porcentaje de la población que usa Internet -en términos generales-, y el año -desde los inicios del s. XXI al año 2022-. Estos son los datos más recientes que se han podido encontrar y lo más llamativo es que en el año 2022 más del 90% de los/as habitantes de los países de ingreso alto (PIA) tenían una conexión a Internet. Estos son, según el Banco Mundial, los que tienen un ingreso nacional bruto (a partir de ahora INB) per cápita de al menos US\$13.205 o más, calculados según el método Atlas¹². Algunos ejemplos incluyen: Estados Unidos, Reino Unido, Japón, Canadá, Australia, Corea del Sur y Países de Europa como España, entre otros. En el mismo año, los países de ingreso bajo, el porcentaje era del 26%. Estos son aquellos con un INB per cápita de 1.036\$ o menos. Según la clasificación del Banco Mundial, países de África Oriental, África Occidental y Asia Meridional. Finalmente, entre los países de ingreso bajo y mediano -algunos países europeos, Asia Central y América Latina-, muestran una penetración de Internet de cerca del 80%.

¹² Método de conversión de divisas utilizado para clasificar a los países según su nivel de desarrollo económico.

Según viene descrito en la página web del Banco Mundial, este gráfico “muestra cómo avanza (o no) la digitalización en el mundo”. Con esta afirmación, abrimos paso a la siguiente reflexión. Pese al crecimiento estratosférico de la digitalización, a la exaltación de los medios por los avances tecnológicos y la general buena aceptación por parte de la población, y pese a la actual implantación masiva de la Inteligencia Artificial en prácticamente la totalidad de oficios y profesiones impartidas por el ser humano, aún, sorprendentemente, los países de bajo ingreso no se acercan ni al 30% de población con acceso a Internet. Entonces, ¿podríamos afirmar que existe una fuerte relación entre el INB y el acceso a los medios digitales? Parece casi una especie de “castigo” divino en función del lugar de nacimiento, e incluso me atrevería a afirmar la posibilidad de que la digitalización funcione bajo un sistema de recompensa. “Hay datos que conspiran contra las estimativas más optimistas sobre la ‘inclusión digital’ o el ‘acceso universal’” (Sibilia, 2008, p. 28). Añado aquí, las palabras de Nicholas Negroponte escritas en 1995 en su ensayo *El Mundo Digital*.

Sin embargo, ser digital nos proporciona motivos para ser optimistas. Como ocurre con las fuerzas de la naturaleza, no podemos negar o interrumpir la era digital. Posee cuatro cualidades muy poderosas que la harán triunfar: es descentralizadora, globalizadora, armonizadora y permisiva. (Negroponte, 1995, p. 137)

Las últimas palabras de este párrafo me hacen reflexionar sobre la supuesta actual “globalización” de la digitalización, ya que, los datos que proporciona Sibilia en su ensayo de 2008 y los porcentajes pertenecientes al gráfico mostrado anteriormente, parecen confirmar que las barreras entre los países más ricos y los más pobres no desaparecen, sino que, al contrario, se ven fortalecidas. La era digital y su consecuente digitalización masiva parecen aumentar las diferencias entre regiones, dejando ver una posición de poder de unas frente a otras. Destacamos aquí, el concepto *tecno-apartheid* que acuña Sibilia y que hace referencia a una “nueva cartografía de la Tierra como un archipiélago de ciudades o regiones muy ricas, con fuerte desarrollo tecnológico y financiero, en medio del océano de una población mundial cada vez más pobre” (Sibilia, 2008, p. 29). Ante esto, parece claro que la digitalización globaliza y descentraliza únicamente a los países de alto ingreso, mientras que, al mismo tiempo, los separa y enfrenta con los países de bajo y mediano ingreso.

Volviendo al símil de la digitalización con la recompensa, podría reconsiderarse, incluso, que se trata más de un sistema de reclutamiento bajo la bandera de la recompensa. Hablo desde mi posición como ciudadana de uno de esos países europeos de alto ingreso, cuando afirmo que, tener la absoluta capacidad de poder conectarse siempre que se quiera a Internet provoca una sensación de vivir teniendo el control total. El sistema actual recluta estas regiones porque son las que poseen los medios económicos suficientes para invertir en tecnología y consumir en plataformas digitales. La supuesta recompensa consiste en creer que se está plenamente informado/a. Saber todo, sobre todo, y en todo momento. Entonces, ¿por qué no parece interesar difundir y vender ese mismo discurso a la ciudadanía de África Oriental, África Occidental o Asia

Meridional? Sencillamente, porque “estar en todo” también requiere tener capacidad económica solvente.

Coincido con las palabras de Paula Sibilia cuando afirma que tener acceso a la Web 2.0 suele hacer creer al consumidor/a que “tiene derecho a poseer una audiencia, y a ella se dirigen como autores, narradores y protagonistas de tantos relatos, fotos y videos con tono intimista” (Sibilia, 2008, p. 88). Añadimos aquí los gráficos de descargas y de tiempo invertido en plataformas digitales desde enero de 2019 a enero de 2023. En ellos es fácilmente reconocible la evolución, o más bien la involución, a nivel global de los últimos años. No se puede ignorar el hecho de que la última tragedia mundial, concretamente la pandemia sufrida por la Covid-19, influyó en gran medida en los usos y comportamientos en las plataformas digitales. Ambos gráficos muestran un repunte significativo de descargas y de tiempo invertido durante el tiempo de pandemia. Esta aceleró, sobre todo, el uso de pagos digitales y compras por Internet a nivel mundial, transformando los sectores de las finanzas y del comercio.

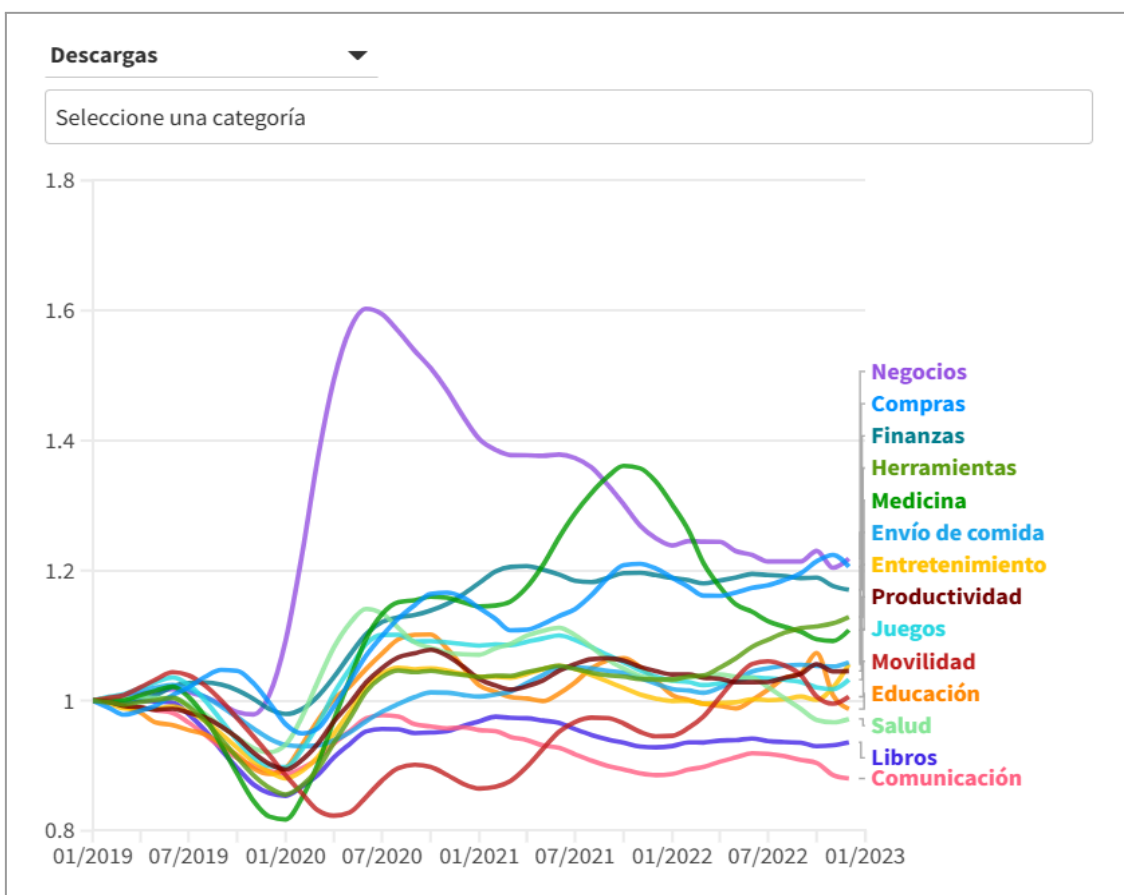


Figura 04.

Fuente: Cálculos originales para esta publicación utilizando datos de Apptopia¹³ para todas las aplicaciones activas en Google Play y App Store a nivel mundial. Los valores del tiempo transcurrido en enero de 2019 están normalizados a 1 y los valores se suavizan durante seis meses.

¹³ Solución de inteligencia y datos de mercado basada en web para desarrolladores de aplicaciones móviles.

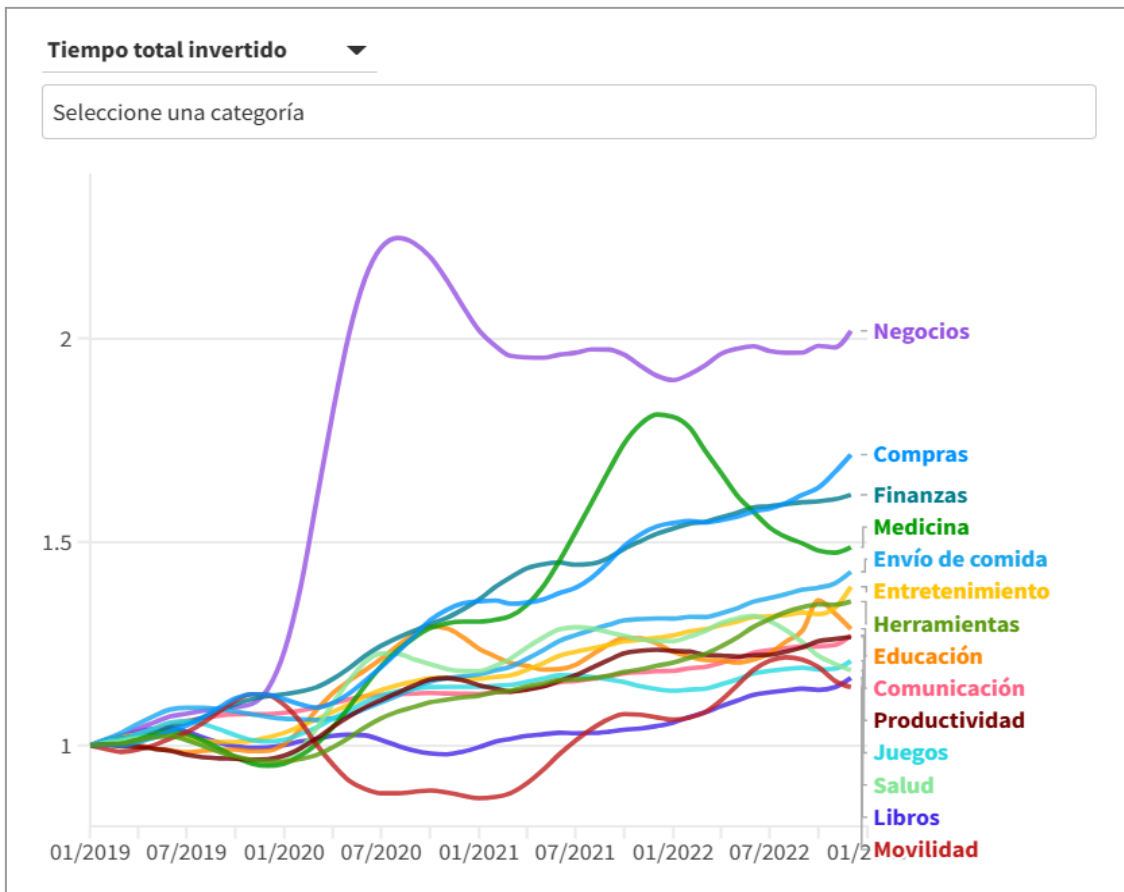


Figura 05.

Fuente: Cálculos originales para esta publicación utilizando datos de Apptopia para todas las aplicaciones activas en Google Play y App Store a nivel mundial. Los valores del tiempo transcurrido en enero de 2019 están normalizados a 1 y los valores se suavizan durante seis meses.

Aunque no fueron solo las plataformas digitales relacionadas con los negocios las que sufrieron una importante transformación. Todas las posibles categorías registradas en *Google Play* y *App Store* también se vieron afectadas. Esto supone un nuevo y claro ejemplo de la relación de contextos en el actual panorama global, donde una crisis sanitaria de escala mundial aterriza positivamente en los ingresos de los dueños/as de dichas aplicaciones. Excluimos de esta afirmación a las plataformas digitales de productividad, diseñadas para optimizar el trabajo y la organización personal. No es de extrañar esta transformación tan radical, teniendo en cuenta que el mundo se paralizó y existía una preocupación mayor y absoluta: ordenar el caos del momento. Desde la experiencia personal, la humanidad necesitaba distraerse de la realidad, al menos, durante la mayor parte del tiempo. De repente, nada parecía estar bajo el control de la ciudadanía media, excepto la decisión de poder estar, supuestamente, plenamente informado/a. De nuevo, aquella máxima de "saber todo, sobre todo, y en todo momento". No es de extrañar que una de las categorías que experimentaron un fuerte repunte fuera la destinada al entretenimiento del usuario/a. Se añaden a continuación dos gráficos de esa categoría que reflejan las descargas y el tiempo invertido en los últimos años.

Entendido el repunte de estas plataformas digitales durante el tiempo de pandemia, y el inmediatamente posterior, llama especial atención el mes de octubre del año 2022. Cuando el porcentaje de descargas parecía ser lineal, con subidas y bajadas poco notables, de repente sufre un aumento casi tan significativo como el de inicios del año 2020. Cuando el tiempo invertido en estas plataformas aumentaba de manera gradual, en un momento dado, incrementaba súbitamente.

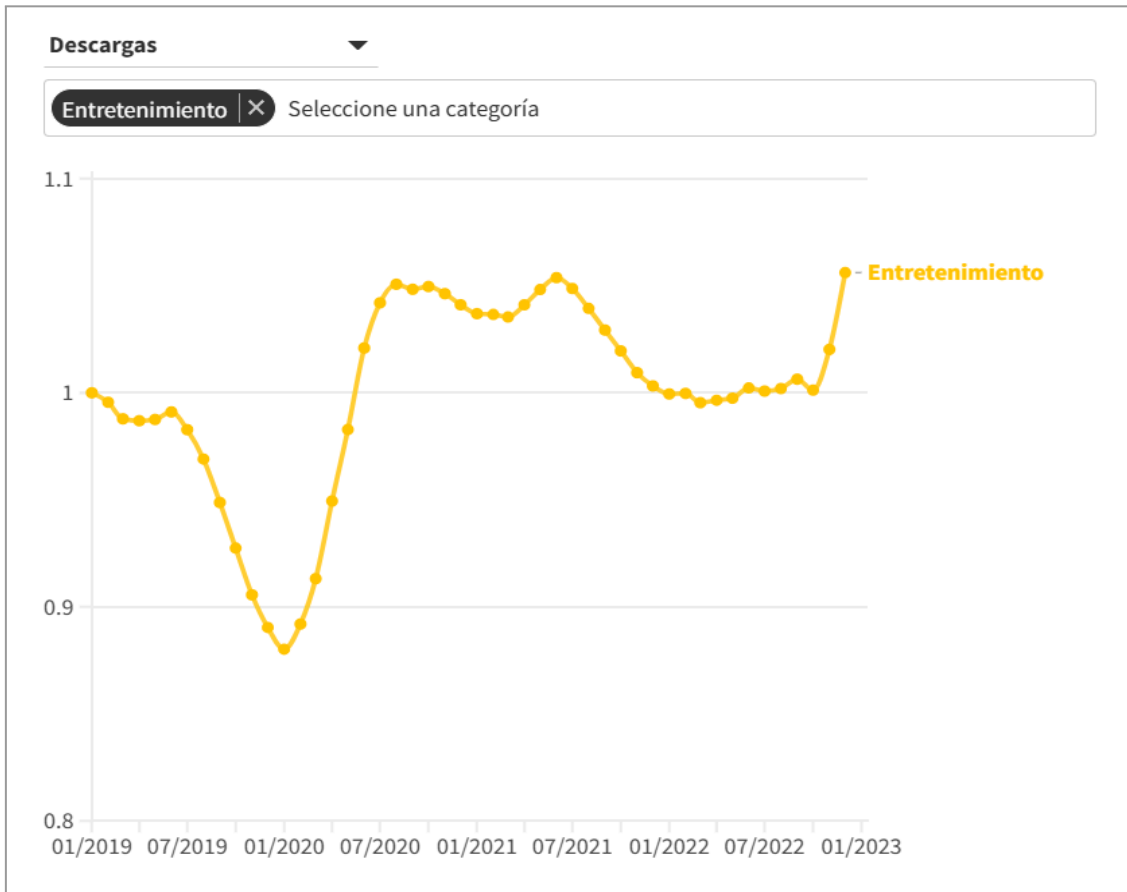


Figura 06.

Fuente: Cálculos originales para esta publicación utilizando datos de Apptopia para todas las aplicaciones activas en Google Play y App Store a nivel mundial. Los valores del tiempo transcurrido en enero de 2019 están normalizados a 1 y los valores se suavizan durante seis meses.

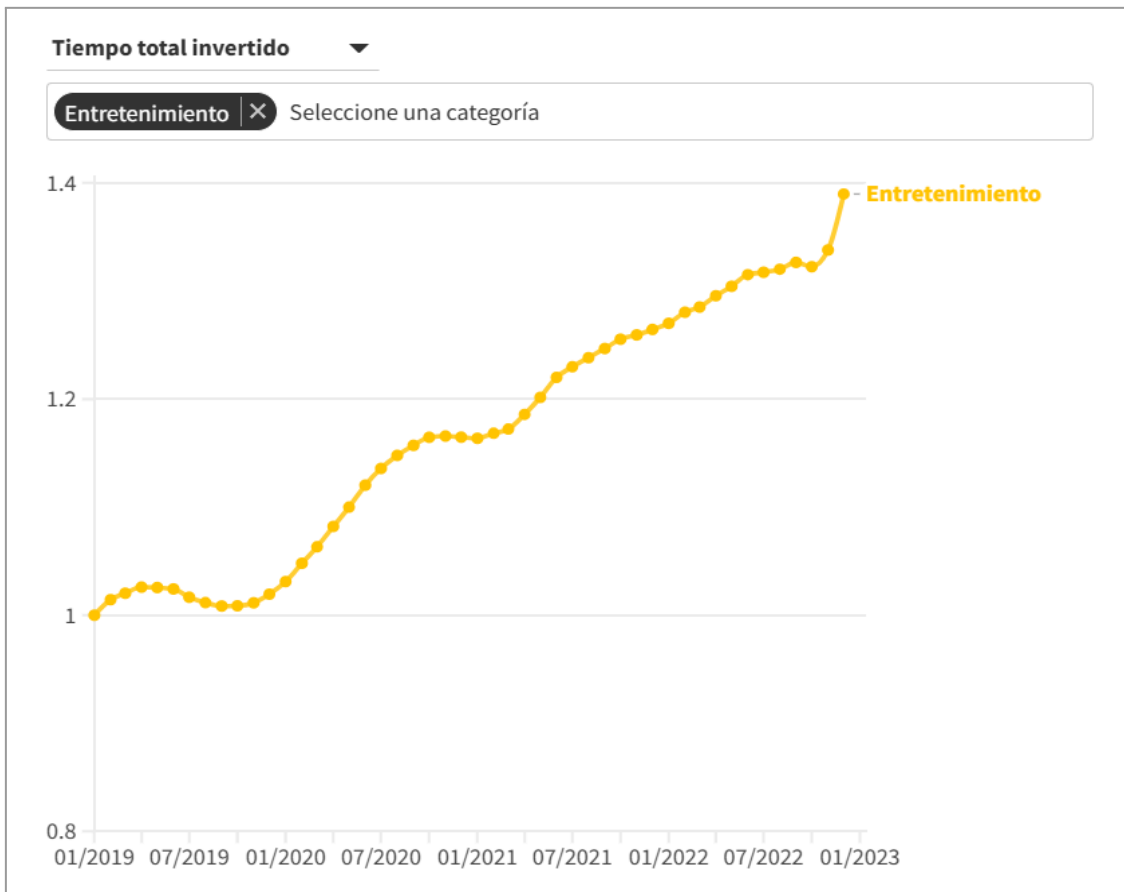


Figura 07.

Fuente: Cálculos originales para esta publicación utilizando datos de Apptopia para todas las aplicaciones activas en Google Play y App Store a nivel mundial. Los valores del tiempo transcurrido en enero de 2019 están normalizados a 1 y los valores se suavizan durante seis meses.

No parecía lógico ese repentino repunte en los usos de aplicaciones de entretenimiento, y más en un mes tan aparentemente insignificante como el de octubre de 2022. Pero fueron varios los sucesos que ocurrieron y los que aún acucian al panorama global actual, como la ocupación del cargo de la presidenta del Consejo de Ministros por Giorgia Meloni en Italia o la celebración de la primera cumbre europea en favor de la integridad territorial de Ucrania frente al conflicto bélico provocado por Rusia. Sin embargo, acudiendo a las noticias más relevantes sucedidas durante ese periodo de 31 días, aparece el siguiente titular: “El empresario multimillonario Elon Musk compra la red social *Twitter* por más de 40 millones de dólares”. A partir de ese momento, la red social pasará a llamarse *X* y a algunos/as les llegan las actualizaciones de esta *app* antes que a otros/as, aunque no cambiaba su funcionamiento, puesto que sigue siendo similar respecto al periodo previo a la adquisición de *Twitter* por Elon Musk: aparece un *feed* de noticias que muestra los *tweets* de las cuentas que se siguen, pudiendo interactuar con ellos a través de *likes*, *retweets*, respuestas y menciones.

Entonces, ¿cuál podría ser el nexo de unión entre este grandioso negocio de compra-venta y ese inesperado repunte que puede verse en el gráfico? Quizá se deba a

que empezaron a aparecer nuevos cambios en la red social, como la creación de *X Premium* -con beneficios adicionales para editar *tweets*-, la limitación de la cantidad de publicaciones que los usuarios/as podían ver por día -a no ser que tuviesen una suscripción de pago-, la implementación de un canal de recomendaciones personalizadas, o el cambio radical que impuso Musk sobre las políticas de moderación, permitiendo contenidos que antes se habrían considerado inapropiados. Quizás podríamos encontrar ahí parte de la explicación sobre el repunte en descargas y tiempo invertido en *X*. La sociedad (re)descubre un espacio virtual donde expresar sin consecuencias y opinar sin restricciones. No es de extrañar que, desde entonces, la red social *X* se haya “plagado” de discursos de odio, lanzados, en su mayoría, contra colectivos minoritarios o contra ciertos ideales políticos. Las cifras apuntan a que antes de la multimillonaria compra de Elon Musk, *Twitter* contaba con 229 millones de usuarios/as. Después de esa compra se alcanzaron los 259.4 millones. La última actualización estima que la red social *X* cuenta con 611 millones de usuarios/as activos/as mensuales.

Como puede observarse, y acudiendo a la comparación gráfica -para facilitar el entendimiento del fenómeno-, las actuales redes sociales más populares están construidas a base de paredes de cristal con un delicioso manjar en su interior. Este se deja ver desde la lejanía, pero, para saborearlo, debes introducirte en él. Todo lo que ocurre en las profundidades de esas redes es minuciosamente monitoreado por millones de personas a través de las pantallas de sus propios teléfonos móviles. Se trata (casi) de un ritual practicado por quienes exponen los detalles de sus vidas privadas para abrir una ventana virtual en la cotidianidad del usuario/a, mostrando todo lo que sucede a quien desee cotillear un poco. En palabras de Paula Sibilia, “basta apenas con hacer clic. Y, de hecho, todos nosotros solemos dar ese clic” (Sibilia, 2008, p. 32). Respecto a lo que ya hemos comentado sobre la necesidad de estar supuestamente bien informados/as -saber todo, sobre todo, y en todo momento-, lejos de representar una condición no deseable, se presenta como un estado inquietante en el contexto y el constructo social actual en el que nos encontramos. La idea de “resguardo” o libertad en el contexto digital podría asociarse, en otros escenarios, a permanecer inadvertido. Sin embargo, en este caso específico, la posibilidad misma de pasar desapercibido se transforma en una experiencia angustiante e insegura. El anonimato se convierte en una forma de despersonalización, por una idea impuesta por los gurús de la tecnología de encontrar la personalidad en una comunidad virtual. Ya en el año 2008, concretamente en relación a los usos en redes sociales por parte de los/as jóvenes, la misma autora afirmaba lo siguiente:

Por lo menos en Estados Unidos se calcula que más de la mitad de los jóvenes publican sus datos biográficos e imágenes en Internet, sin ninguna inquietud con respecto a la defensa de la propia privacidad ni tampoco la de sus amigos, enemigos, parientes y colegas que también suelen habitar sus confesiones audiovisuales. (Sibilia, 2008, p. 88)

En nuestro mundo globalizado, nos encontramos irremediabilmente inmersos/as en la sociedad digital que nos rodea por todos los flancos. Existe un gran líder global a nivel generacional en lo que a consumo de plataformas digitales se refiere: la generación Z, a la que pertenezco. Como se menciona en el apartado 1.2. de este mismo documento, parte de la investigación recae en el análisis de los usos, los comportamientos y las preocupaciones de esa generación en torno a la sociedad digital y las redes sociales a través del diseño de una encuesta cuantitativa. En esta investigación sobre la pérdida de intimidad, la sobreexposición mediática y la digitalización masiva, poder realizar y analizar esta encuesta se nos presenta como una metodología en clave de oportunidad. Esta cohorte generacional, nacida entre 1995 y 2012 (según Twenge, 2017), ha crecido inmersa en un entorno digital ya omnipresente en nuestras vidas. Las generaciones anteriores fueron testigos del auge de Internet, la Web 2.0 y las primeras plataformas digitales. Sin embargo, la generación Z ha sido moldeada en un mundo donde la conectividad permanente, el acceso instantáneo a la información y la interconectividad mediada por redes sociales, son normas socioculturales ya establecidas. Por esta razón, nuestros comportamientos, prácticas cotidianas y discursos en torno a la intimidad y la sobreexposición constituyen una importante fuente de información e interpretación para comprender los efectos de la digitalización masiva actual.

El uso intensivo de las redes sociales por parte de esta generación nos ha convertido en la comunidad más expuesta a fenómenos como la pérdida progresiva de la privacidad, la difusión constante de contenidos personales y la construcción de múltiples identidades virtuales. Sin embargo, lejos de asumir críticamente esta sobreexposición mediática, el fenómeno de la sobreexposición digital se vive de manera pasiva o inconsciente. Por eso, resulta pertinente para este trabajo de investigación, indagar en las percepciones y los límites de esta generación planteando cuestiones como las siguientes: ¿qué entendemos hoy en día por intimidad?, ¿qué prácticas desarrollamos para proteger nuestra información personal? o, ¿hasta qué punto consideramos que nos encontramos sobreexpuestos digitalmente? La encuesta que hemos administrado entre miembros de la generación Z, diseñada al comienzo de la presente investigación, esclarece algunas de estas cuestiones, permitiendo acceder a opiniones directas, subjetivas y actuales, y revelando matices que los enfoques teóricos o cualitativos no alcanzan a distinguir por completo.

Asimismo, esta herramienta metodológica de recogida de datos (mediante un análisis de los contenidos de la encuesta) puede revelar patrones y diferencias significativas dentro de la misma generación. Factores muy diversos, como la diferencia de edad entre los individuos/as de una misma generación (en la generación Z hay 18 años de horquilla entre los/as más jóvenes y los/as más mayores), el género con el que se identifica cada integrante, su nivel socioeconómico, el acceso a la tecnología, la cultura local o el entorno familiar y profesional, etc., pueden afectar considerablemente a la manera en que los/as jóvenes de la generación Z emplean las redes sociales en la actualidad. Esta encuesta, que nos parece representativa para analizar más de cerca esta generación, ofrece la posibilidad de sistematizar la información recabada y establecer así

correlaciones entre varias respuestas (tablas de contingencia) que permitan comprender de una manera más clara la complejidad de este fenómeno social. Además, también nos permite observar tendencias generales que dejan ver el modo en que la intimidad se redefine en el s. XXI, acercándose cada vez más al concepto de *extimidad*.

Es relevante añadir que la información recopilada por medio de esta encuesta puede contribuir a la elaboración futura de propuestas orientadas al mayor conocimiento sobre la protección de datos personales, al diseño de políticas públicas o incluso al desarrollo de herramientas tecnológicas más respetuosas con los derechos de los usuarios/as. Entender cómo la generación Z se siente respecto al uso de las redes sociales, qué mecanismos utilizamos para autorregular nuestra relación con estas y qué inquietudes tenemos sobre el futuro digital, puede arrojar datos valiosos para concienciar y comenzar a intervenir de manera más ética y responsable en la actual tecnosfera.

En síntesis, incluir a la generación Z como foco central del análisis a través de una encuesta cuantitativa, nos permite obtener datos desde una perspectiva empírica, diversa, actual y contextualizada. Es una oportunidad para conocer los discursos y hábitos de quienes ya vivimos plenamente introducidos en el mundo digital, y que, probablemente, marque las pautas del futuro en cuanto a privacidad, comunicación e identidad en la era digital y su condición postdigital.

Jean M. Twenge, psicóloga, investiga las diferencias generacionales. En el año 2017 publica su ensayo *iGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy— and completely unprepared for adulthood (and what this means for the rest of us)*. Este libro de no ficción estudia los diversos estilos de vida, hábitos y valores de los/as jóvenes nacidos entre 1995 y 2012, la primera generación -según la psicóloga- en llegar a la adolescencia después de la generalización de los teléfonos móviles inteligentes. El intervalo de edad que estableció Twenge ha servido de referencia para saber a quiénes debemos dirigir nuestra encuesta. Esta fue compartida por canales de difusión de *Whatsapp* y otros métodos analógicos como la distribución de carteles en diversos espacios, y a través de conversaciones cara a cara. Con ella tratamos de conocer la perspectiva de los/as integrantes de la generación Z sobre conceptos como "intimidad", "sobrexposición mediática" o la llamada "era postdigital". Al mismo tiempo, se busca conocer y comprender cuáles son los usos y comportamientos más recurrentes de esta generación sobre las redes sociales, además de analizar sus principales preocupaciones ante la situación de la digitalización masiva que nos acucia actualmente como sociedad.

En los resultados de la información demográfica de esta encuesta se han registrado 143 respuestas de personas nacidas entre 1995 y 2007, mayoritariamente identificadas con el género femenino y de nacionalidad española. América Latina también ha sido mencionado en diversas ocasiones como país de procedencia y, de forma minoritaria, también aparecen países como China, Rusia, y otros países europeos como Italia y Croacia. Entre los/as encuestados/as predomina el nivel de estudios de Máster Universitario y la mayoría estudia o lo combina con el trabajo.

Las redes sociales utilizadas con mayor frecuencia son, en orden descendente, *WhatsApp*, *Instagram*, *TikTok*, *X* (antes *Twitter*) y *YouTube*. En algunos casos, aunque en franca minoría, también aparecen plataformas como *WeChat* y *LinkedIn*, lo que presenta también una muestra internacional o profesionalizada. Hasta casi un 60% de los/as encuestados/as tienen cuentas privadas en las redes sociales que utilizan frecuentemente, al contrario que el 20% de personas que, aproximadamente, las tienen públicas o ambas. Esto puede indicar que la mayoría de individuos/as encuestados/as “protege” el contenido que publica, lo que manifiesta una supuesta preocupación por el control y los límites de exposición. Como persona perteneciente a la generación Z y usuaria de la red social *Instagram*, el hecho de tener mi cuenta privada provoca una sensación de control sobre el contenido que publico, además de crearme sometida a una exposición moderada y selectiva. Nada más lejos de la realidad, esta creencia es infundada.

Por un lado, todo lo que se publica en *Instagram*, se guarda automáticamente en un archivo “personal”, donde puedes revisar, compartir de nuevo, etc. Esto sigue siendo un indicativo de que “parece” que tenemos pleno control sobre lo que publicamos diariamente, pudiendo intervenir sobre ello e incluso eliminar contenidos, si así lo deseamos. Tener una cuenta privada te permite una selección de aquellos otros perfiles que pueden acceder a tu contenido, o no. Sin embargo, esto no excluye a la empresa dueña de la red social. *Meta Platforms* tiene acceso completo al contenido de cada usuario/a ya que los datos pasan por sus servidores. Efectivamente, esto viene detallado en los términos de uso y la política de privacidad de la empresa que la persona debe aceptar si quiere hacer uso de la red social. Como comentamos en la explicación del panorama global actual (apartado 3.1.), esta supuesta información de privacidad facilitada al consumidor/a no deja de ser un documento extenso y repleto de información difícil de entender para la “gente común”.

Después de su lectura, se puede concluir que, al usar *Instagram*, aceptas una “licencia” no exclusiva y gratuita que le permite a la empresa *Meta* recoger tu actividad y la información que proporcionas. Según la propia política de privacidad de *Instagram*, esta información contempla el “contenido que creas, como publicaciones, comentarios o audio”, “contenido que proporcionas mediante nuestra función de la cámara, la configuración de tu galería o nuestras funciones de voz”, “mensajes que envías y recibes, incluido su contenido”, “aplicaciones y funciones que usas, y las acciones que realizas en ellas”, “la información relacionada con la ubicación, como tu ubicación actual, el lugar donde vives y lugares que te gusta visitar, así como las empresas y las personas que se encuentran cerca de ti”, “proporcionar, personalizar y mejorar nuestros Productos, incluidos los anuncios (...), tanto para ti como para otros”, “recogemos información de tus contactos, como el nombre, la dirección de correo electrónico o el número de teléfono, si la subes o importas desde un dispositivo”. Sobre la transferencia de información a otros países, *Meta* advierte de que “compartimos la información que recogemos en todo el mundo, tanto internamente con nuestras oficinas y centros de datos, como externamente con nuestros socios, proveedores de medición, prestadores

de servicios y otros terceros (...) Por ejemplo, compartimos tu dirección de correo electrónico u otra información que elijas compartir con un anunciante para que este pueda ponerse en contacto contigo a fin de proporcionarte información adicional sobre un producto en promoción”. Sobre las integraciones de IA en esta red, “Meta comparte los mensajes que envías a nuestras IA e información general (como tu región) con estas empresas para que puedas obtener mejores resultados. No enviamos información de tu identificación personal (como tu nombre de usuario), a menos que lo incluyas en los mensajes que envías a las IA”.

Todas estas afirmaciones extraídas de la política de privacidad de *Instagram*, confirman que existe un trasfondo de ocultación de las verdaderas consecuencias de estar en la red, por muy privada que desees que sea tu cuenta. La política de privacidad no es de difícil acceso, pero sí lo es el entendimiento pleno a la información que viene descrita en ella. Se repiten las frases, la estructura de la página web es confusa y abrumadora, con cientos de caracteres en “color azul” que, al clicar sobre ellos, te llevan a nuevas pestañas de Google, con una jerga legal incomprensible para quienes no están familiarizados/as con ella... y un sinfín de complicaciones. La última afirmación descrita en el párrafo anterior -refiriéndonos concretamente a la IA que *Meta* aplica en sus redes sociales-, me hace recordar el último correo electrónico que todos los usuarios/as de *Instagram* recibieron hace tan solo unas semanas (abril de 2025). El asunto era el siguiente: “conoce cómo afectará nuestra mejora de la IA en Meta al uso que hacemos de tu información”. En el mensaje, *Meta* declara que trabaja continuamente en la mejora de su IA y que, para continuar haciéndolo, utilizan la información que generas con tu cuenta de *Instagram*. Eso sí, el usuario/a puede oponerse. Y aquí es donde se encuentra, bajo mi opinión crítica, el sutil acoso hacia nosotros/as, como usuarios/as.

En algún momento de la historia, las empresas dueñas de plataformas digitales comenzaron a llevar a cabo estas prácticas, siendo finalmente normalizadas e involuntariamente aceptadas por la sociedad porque, al parecer, actualmente no existe forma legal de frenarlas. Mi reflexión plantea un problema clave en el contexto digital actual: el desequilibrio de poder entre el usuario/a y las grandes plataformas digitales. Hablamos de consentimiento invertido, es decir, de una relación entre usuario/a y empresa que se encuentra alterada en términos de responsabilidad y transparencia. Porque la verdadera problemática es la siguiente: *Meta* utiliza nuestros datos personales desde el primer momento. En sus políticas de privacidad nos informa de ello, claro está, “aportando” una información complicada y poco accesible. Después de un largo periodo de tiempo -hablamos de años-, aparece un mensaje claro y sencillo en el que nos comunican que nuestra información es valiosísima para mejorar su plataforma y su servicio de IA. Si, como usuarios/as, no estamos de acuerdo, la carga de la acción recae sobre nosotros/as mismos/as, ya que debemos redactar una carta formal que indique las causas concretas de por qué no deseamos que *Meta* siga empleando nuestra información para fines propios de la empresa. En otras palabras, no solo cedemos nuestros datos personales sin un consentimiento previo, directo y comprensible, sino

que somos nosotros/as los que tenemos que justificar por qué no queremos seguir cediéndolos.

La forma en que las plataformas digitales gestionan la privacidad de los usuarios/as, no solo tiene implicaciones legales o técnicas, como se ha mencionado anteriormente, sino que influye de manera significativa en cómo las personas se sienten al utilizar esos espacios virtuales. La mayoría de los encuestados/as considera que las redes sociales tienen un papel importante en sus vidas, dedicándole gran parte de su tiempo diario. Sin embargo, el 49.3% de las respuestas refleja que los/as encuestados/as no se sienten cómodos y muestran reticencia a compartir su opinión de forma pública, frente al 36.6%, que no tiene inconveniente en compartir sus experiencias y/o opiniones. La incomodidad predomina a pesar del uso intensivo y cotidiano de las redes sociales por parte de la generación Z. Los datos revelan un fenómeno llamativo: la hiperconexión combinada con la inhibición. Esta paradoja pone de manifiesto una inseguridad generalizada respecto a la autoexpresión pública, que puede entenderse como un síntoma emocional y social en el contexto digital actual. Una crisis, quizá, proveniente del constructo social normalizado.

Esta inseguridad no es infundada. Las redes sociales, aunque presentan un espacio “abierto” para la comunicación y la relación de vínculos interpersonales, también operan como escenarios altamente expuestos donde cada intervención del usuario/a puede ser juzgada, malinterpretada o viralizada fuera de contexto. La posibilidad constante de ser “blanco de las críticas”, las cancelaciones o las comparaciones odiosas puede generar una presión sobre todo en etapas de formación de la identidad como la adolescencia y la juventud. No debemos ignorar que la cultura digital actual funciona bajo un sistema de recompensa que premia ciertos comportamientos -cánones estéticos, opiniones polarizadas y populistas, humor viral, etc.-, mientras penaliza la duda, la vulnerabilidad, la minoría o la diferencia. Este funcionamiento crea un sistema de validación constante que lleva a algunas personas a medir cuidadosamente cualquier interacción, a la autoedición constante y a poner en duda su propia identidad. Como afirmaba Sibilia en su ensayo, “las nuevas formas de expresión y comunicación que conforman la Web 2.0 son, también, herramientas para la creación de sí. Estos instrumentos de autoestilización ahora se encuentran a disposición de cualquiera”. (Sibilia, 2008, pp. 265-266).

No podemos ignorar el 14.1% de encuestados/as cuya selección ha sido “no sabe/no contesta” a una pregunta clave relacionada con su percepción sobre la autoexpresión en las redes sociales. Aunque a simple vista podría interpretarse como una omisión menor, este porcentaje revela una ambivalencia que, desde mi perspectiva, merece especial atención. Esta respuesta puede reflejar una falta de reflexión personal previa sobre temas que, estando presentes en la vida cotidiana -como la falta de intimidad, la exposición en redes o el impacto sociocultural del entorno digital-, no siempre han sido objetos de análisis consciente. La tecnología se integra de manera tan orgánica y continua que llega incluso a darse por sentada, lo que dificulta una mirada crítica sobre

sus implicaciones tan primarias como la comodidad de expresión a través de las redes sociales. Frente al avance acelerado de la inteligencia artificial, los algoritmos o la desinformación, puede que sea comprensible que una parte de la juventud no tenga el conocimiento, las herramientas o la seguridad para emitir una opinión clara. Volviendo a los argumentos de Paula Sibilia,

Como dos caras de la misma moneda, el exceso de espectacularización que impregna nuestro ambiente tan mediatizado va de la mano de las distintas formas de "realismo sucio" que hoy están en boga. Internet es un escenario privilegiado de este movimiento, con su proliferación de confesiones reveladas por un *yo* que insiste en mostrarse siempre *real*, pero el fenómeno es mucho más amplio y abarca diversas modalidades de expresión y comunicación. (Sibilia, 2008, pp. 221-222)

Este aparente pequeño grupo de respuestas ambiguas no debe ser ignorado ni tratado como "ruido estadístico". Muy al contrario, pone en evidencia la necesidad de abrir espacios de reflexión crítica, diálogo y educación digital que permitan a las nuevas generaciones comprender y cuestionar las consecuencias directas provocadas por el uso masivo de las redes sociales. A tenor de lo analizado a partir de los resultados de la encuesta, se observa que la mayoría utiliza las redes sociales con fines muy específicos. El uso mayoritario, con un 64.1% de las respuestas, tiene en común "buscar cosas que hace gente interesante (*influencers*, por ejemplo), aunque no intime personalmente con ellos/as". También aparecen, aunque minoritarias, respuestas, como "debatir y crear opinión sobre ciertos temas que me interesan" o "ampliar mi círculo de amistades". Y, en cuanto a respuestas escritas por los propios encuestados/as, estas indican otras interesantes utilidades relacionadas con el arte -por pertenecer a mi entorno más cercano y acudir a él para recabar respuestas a la encuesta-. Entre las respuestas abiertas se encuentra por ejemplo, el objetivo de posicionarse como artista, o bien el de recibir información sobre propuestas artísticas, reflexionar sobre sus discursos artísticos, y mostrar su arte o visibilizar espacios artísticos.

En segundo lugar, con un 35% aproximado de las respuestas -que corresponde a un intervalo que oscila entre 46 y 49 personas-, dice utilizar sus perfiles para, por un lado, "contar parte de las cosas que me pasan diariamente" y, por otro, "llevar un diario personal en las redes para generar mi propia biografía (con *posts*, comentarios, *likes*, etc.)". Resulta especialmente llamativo que, comparando este 35% con el 36.6% que declara que no se sienten cómodos/as expresando su opinión en redes sociales, y sumado al 14.1% que responde "no sabe/no contesta", la coincidencia del porcentaje de personas encuestadas en este arco se sitúa en torno a la mitad. Es decir, que entre quienes utilizan sus perfiles como diario personal para contar lo que les ocurre diariamente, cerca de la mitad no se sienten confortables exponiéndose en redes sociales. ¿Cómo se explica esta aparente contradicción?, ¿cómo es posible que una persona use una red social principalmente para hablar de sí misma y, al mismo tiempo, se sienta incómoda haciéndolo? Puede ser que esta contradicción revele un punto ciego relacionado con la percepción individual de la presión social recibida en nuestra sociedad actual. Esa sensación es la que, según los datos proporcionados por la

encuesta, percibe menos de la mitad de los/as encuestados/as. Este tipo de perfil concreto se reitera con frecuencia a lo largo de las respuestas: aquel o aquella que utiliza las redes sociales como diario donde compartir experiencias y momentos de su vida, pero que a su vez manifiesta no sentirse cómodo/a haciéndolo y, al mismo tiempo, afirma que en ningún momento se ha sentido presionado/a o condicionado/a para publicar contenido concreto o para descargarse una determinada aplicación. ¿Es posible entonces que estas personas no identifiquen dicha presión como algo externo u opresivo, sino que la hayan interiorizado hasta el punto de normalizarla? Esta aparente disonancia en las respuestas puede sugerir que la presión opera de forma sutil en la era postdigital, es decir, no como una imposición directa, sino como un clima sociocultural que moldea comportamientos sin que quienes lo experimenten sean plenamente conscientes de ello. En otras palabras, la presión podría no relacionarse directamente con una coacción explícita, sino con la expectativa tácita de tener que mostrarse de cierta manera y cumplir con una forma determinada de presencia y autoexpresión en redes sociales, solo por el hecho de que la gran mayoría del entorno lo hace.

En definitiva, estos datos parecen poner de manifiesto un oxímoron individual provocado por una tensión más profunda y estructural que atraviesa el uso cotidiano de las redes sociales. Se trata de una disonancia inherente al acto mismo de comunicarse y exponerse públicamente en estos entornos digitales. El deseo de compartir, de conectar, de formar parte de una comunidad, coexiste con una sensación (casi) persistente de incomodidad, de vulnerabilidad, e incluso de desconfianza, hacia el acto mismo de mostrarse. Esta tensión no es un asunto menor. Al contrario, señala un fenómeno contemporáneo de gran relevancia: el hecho de que algunas personas se sientan impulsadas y (casi) obligadas bajo estímulos indirectos a participar en la esfera digital -no solo como observadoras, sino también como protagonistas de su propia narrativa-, sin experimentar una auténtica libertad al hacerlo. En lugar de representar una forma espontánea de expresión, el acto de compartir parte de nuestra vida en las redes puede convertirse en una práctica cuidadosamente calculada donde la autenticidad se ve atravesada por expectativas, normas implícitas y mecanismos de validación social. Así, nos encontramos con algo tan relevante como que la comodidad del usuario/a se pone constantemente en juego. Como generación nativa digital, ¿estamos condenados/as a instalar y utilizar cada nueva aplicación que aparezca en el mercado? Parece inaudito pero, ¿tan remota es la posibilidad de no hacerlo? Es decir, las generaciones anteriores, en términos generales, no se ven tan afectadas por la presión del sistema digital actual porque no han nacido, crecido, ni han desarrollado su identidad en su seno. En cambio, nuestra generación Z, y las últimas que se han ido incorporando, están integradas en un constructo social basado en el cumplimiento de unas normas establecidas por un sistema digital liderado por empresas que son dueñas de plataformas digitales que ven beneficiados sus ingresos a causa de nuestro sometimiento. El sentido de pertenencia a una comunidad de iguales y la búsqueda de la identidad personal son, ahora, uno de los mayores negocios que acucian a la sociedad en el panorama global actual.

En este sentido, la sobreexposición en redes ha dejado de ser ya un simple acto comunicativo para convertirse en una experiencia cargada de ambivalencias y simulacros: las fronteras entre lo auténtico y lo performativo, entre lo íntimo y lo "éxtimo" (su contrario), se vuelven cada vez más difusas. Acudiendo, de nuevo, a los resultados de la encuesta, y en relación con la circulación masiva de nuestras experiencias en las redes, la mayoría de los encuestados/as no se siente sobreexpuesta y considera que su intimidad apenas se ve condicionada por la exposición intensiva en redes sociales. Frente a esta opinión generalizada, se sitúa un aplastante 95.8% de respuestas que afirman creer que la generación Z se encuentra inmersa en la era postdigital, cuando esta, precisamente, se caracteriza por una conexión permanente a dispositivos digitales y a una exagerada exposición pública a través de los mismos. Esta aparente contradicción puede deberse, de nuevo, al menos en parte, a la generalizada desinformación y la falsa creencia de control total que cree poseer el/la usuario/a de las redes sobre su intimidad.

3.3. Era postdigital: características y consecuencias digitales actuales

Existe un modo particular de denominar a las consecuencias derivadas de la era digital tras su primer paso por la Web 2.0: la llamada era postdigital. Esta no pretende definirse como una vida después de la era digital, sino que se refiere a la capacidad actual de percibir y explorar las consecuencias de la misma. Como se explica en la introducción del proyecto (apartado 1), la era postdigital es considerada como la condición resultante de los amplios y rápidos avances tecnológicos en el mundo digital en los últimos 20 años, cuando se inmiscuye en todos los ámbitos de nuestra vida social. En palabras de Nicholas Negroponte, en su columna *Beyond Digital* (1998) de la revista *Wired*, "como el aire y el agua potable, lo digital solo se percibirá por su ausencia, no por su presencia" (Negroponte, 1998). Esto ocurre de forma similar en las redes sociales. Entre los miembros de la generación Z, no tener un perfil en una red social llama más la atención que tenerlo. No publicar contenido de forma recurrente es más notorio que hacerlo. Parece que, mantener verdaderamente íntima la intimidad, aunque suene a afirmación de Perogrullo, se percibe como algo inusual. Es como si quien no está hiperconectado a través de las redes no estuviese integrado/a en el mundo real y como si esa falta de conexión digital fuese sinónimo de una soledad impuesta.

Recurriendo nuevamente a los resultados de la encuesta que hemos confeccionado, se observa con claridad que la mayoría de usuarios/as asocia la intimidad a dimensiones emocionales y familiares. La noción de "lo íntimo" no se construye tanto en términos de secretos o información privada en sentido estricto, sino como un espacio emocional que se relaciona con situaciones que las personas consideran sensibles por razones personales. En este contexto, acudo a las palabras de una de las respuestas anónimas obtenidas en esta encuesta: "No comparto por redes sociales nada relacionado con cosas específicas de mi vida. Suelo compartir poco sobre mi vida, lo típico: un viaje, una

cita con mi pareja, una quedada con mis amigos, una fiesta a la que he asistido...". Esta declaración -que además se reitera en muchas otras respuestas a la encuesta, aunque expresada con otras palabras-, parece indicar, a primera vista, una actitud reservada o contenida. Sin embargo, puede revelar una paradoja interesante por lo que oculta. Quienes afirman no compartir "nada específico" sobre su vida, son los que terminan describiendo justamente eso: escenas cotidianas de afecto, pertenencia o disfrute -un viaje, una cita, una reunión con amistades- que, si bien no implican una exposición cruda de sus emociones o conflictos, sí comunican la esencia personal del usuario/a, es decir, una identidad y una narrativa cuidadosamente seleccionadas. En palabras de Paula Sibilia, "así es como se ha desencadenado un verdadero festival de 'vidas privadas', que se ofrecen impudicamente ante los ojos del mundo entero. Las confesiones diarias están ahí, en palabras e imágenes, a disposición de quien quiera husmear" (Sibilia, 2008, p. 32).

3.3.1. Pérdida de intimidad: acercamiento al concepto *extimidad*

Lo que se define como "lo típico" o "lo poco" representa, en muchos casos, una forma de intimidad pública, filtrada y curada para ser compartida bajo los códigos de aceptabilidad demandados en las redes sociales, aunque sean normas no escritas. Estaríamos hablando entonces, ya no de intimidad ni de aquello considerado íntimo, sino de una redefinición de esos mismos conceptos pero por su parte contraria: la *extimidad* y lo *éxtimo*. Paula Sibilia recoge este concepto del psiquiatra y psicoanalista Jacques Lacan, para designar aquello que es íntimo y exterior al mismo tiempo, o que solo se vuelve íntimo al exponerse. Es decir, algo que se construye en el mismo acto de ser expuesto. En el sistema predominante de las redes sociales, esta transformación del concepto toma un papel primordial. Como señala la propia autora:

En el capitalismo del siglo XIX e inicios del XX, la capacidad de acumular bienes y el hecho de poseer determinadas pertenencias (...) podía definir lo que se era. De algún modo, aquellos objetos que acolchonaban la privacidad individual hablaban de *quién se era*. Ahora, sin embargo, (...) ocurre "un deslizamiento general del *tener* en *parecer*". Es justamente de ese *parecer*, de esas apariencias y de esa visibilidad de donde "todo real *tener* debe extraer su prestigio inmediato y su función última", concluía Debord. (Sibilia, 2008, pp 99-100)

En este contexto, la *extimidad* no es una mera elección, sino la transformación del concepto de *intimidad* a consecuencia de su exposición pública en la actual era postdigital, lo que potencia, por encima de todas las cosas, la dependencia digital y la sobreexposición mediática: "Si no se muestra, si no aparece a la vista de todos y los otros no lo ven, entonces de poco sirve tener lo que sea" (Sibilia, 2008, p. 100). Esta cita nos remite al pensamiento del filósofo Byung-Chul Han, quien, en su ensayo *La sociedad de la transparencia* (2013), sostiene que vivimos bajo el mandato de la sobreexposición. En palabras de este filósofo,

En la sociedad positiva, en la que las cosas, convertidas ahora en mercancía, han de *exponerse* para *ser*, desaparece su valor cultural a favor del valor de exposición. En lo que se refiere a este último, la mera existencia es por completo insignificante. Todo lo que descansa en sí se demora en sí mismo, ya no tiene ningún valor. Las cosas se revisten de un valor solamente cuando son *vistas*. (Han, 2012, p. 8)

La intimidad que se comparte en redes no busca ser recíproca, sino solo mantener su presencia y llamar la atención de quien es interpelado. La identidad se construye desde el exterior frente a una audiencia y el yo se afirma mostrándose. Esto refuerza la idea de la *extimidad* como espectáculo, lo que me conduce a los análisis sobre “modernidad líquida” que realizó el sociólogo y filósofo Zygmunt Bauman, quien describía un escenario de identidades y relaciones humanas frágiles, reversibles y “líquidas” transformadas en “relaciones virtuales”. Las actuales redes sociales operan bajo un discurso -ya normalizado- que promete un estilo de vida satisfactorio y unos vínculos reales y duraderos con los otros/as. Pero, para demostrar que sucede todo lo contrario a lo prometido, nos apoyamos en las palabras de Bauman con las que argumenta que, en la sociedad -globalizada y cambiante-, las relaciones entre individuos/as se construyen y se destruyen con la misma rapidez. Esto provoca que las vivencias personales sufran una constante modificación o incluso el olvido en el mar de la sobreabundancia de información y sobreexposición de imágenes. Según el sociólogo, la fragilidad de los vínculos entre individuos/as es un producto directo de la sociedad digital. A dicha manifestación es posible añadir que lo efímero de las relaciones interpersonales en nuestra época actual es una consecuencia directa de la era postdigital. En su ensayo *Amor líquido: Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos* (2003), señala lo siguiente:

Las conexiones son “relaciones virtuales”. A diferencia de las relaciones a la antigua (por no hablar de las relaciones “comprometidas”, y menos aún de los compromisos a largo plazo), parecen estar hechas a la medida del entorno de la moderna vida líquida, en la que se supone y espera que las “posibilidades románticas” (y no sólo las “románticas”) fluctúen cada vez con mayor velocidad entre multitudes que no decrecen, desalojándose entre sí de la promesa “de ser más gratificante y satisfactoria” que las anteriores. A diferencia de las “verdaderas relaciones”, las “relaciones virtuales” son de fácil acceso y salida. (Bauman, 2006, pp. 4-5)

La exposición mediática no siempre equivale a conexión con los otros/as, por lo que se establece una “conectividad sin comunidad”. Ahora bien, si la *extimidad* implica una subjetividad que necesita ser expuesta para validarse, y las relaciones virtuales son “líquidas” como mantiene Bauman, en nuestros días se configura un escenario que redefine los modos de creación de la identidad de la persona y de su capacidad de establecer vínculos con otras. Por un lado, el concepto *intimidad* ya no es entendido del mismo modo en que se concebía previamente a la proliferación de las plataformas digitales -lo cual se remonta tan solo a aproximadamente 20 años atrás-, sino que, actualmente, esta intimidad ya no es protegida ni profundizada, sino solo mostrada, circulada y acaba por ser un “plato de consumo” en busca de ser validada. Por otro lado, la exposición de lo íntimo -lo *éxtimo*- es ahora una moneda de cambio para sostener el sentimiento de pertenencia. Este fenómeno, lejos de ser pasajero, plantea preguntas

urgentes sobre dónde se encuentran los límites. A medida que las plataformas digitales evolucionan, el futuro de las redes sociales puede orientarse -casi sin apenas esfuerzo- a una masiva exteriorización del yo y de la identidad individual. Esta práctica cada vez más extendida, si no es regulada con criterios éticos claros y estables, puede redundar aún más en la pérdida de la intimidad y en la normalización de la *extimidad* como herramienta de adaptación y validación social. Por tanto, esta problemática no debe ser tratada como un asunto menor, y para otorgarle la importancia que merece, acudimos de nuevo al análisis de datos de la encuesta realizada y destinada a conocer un poco más los hábitos y creencias de la generación Z en esta era postdigital.

3.3.2. El futuro de la tecnología y de las redes sociales

El futuro de las redes sociales y de su relación con las mismas por parte de la sociedad es un asunto en el cual hemos querido profundizar teniendo en cuenta la perspectiva de los/as jóvenes líderes en el uso de plataformas digitales. El fenómeno de las redes sociales ha transformado de manera radical las dinámicas sociales, económicas y culturales a escala global. Esta transformación ha sido recibida de manera heterogénea, ya que ha generado tanto entusiasmo como inquietud, especialmente entre la generación Z, una generación que ha crecido y vive inmersa en la tecnosfera digital. La relación de esta generación con la tecnología es lógica, natural -según el contexto digital actual-, constante y, en muchos casos, estructural. Sin embargo, lejos de adoptar una actitud acrítica sobre el avance de la digitalización, esta generación parece haber adquirido una visión dual que oscila entre el optimismo y la preocupación.

Desde una perspectiva más optimista, parte de las respuestas a la encuesta por parte de esta generación Z manifiestan un valor a las aportaciones que la digitalización ha traído consigo. Los ámbitos donde esto se manifiesta con mayor claridad son el de la medicina, por la optimización de procesos de diagnóstico, o el del terreno educativo, por la democratización del conocimiento, superando barreras geográficas, económicas y culturales. Asimismo, la interconexión global es percibida como una poderosa herramienta que a menudo está ligada a la participación en causas sociales, reivindicaciones o debates públicos, o bien a generar movimientos de transformación colectiva.

No obstante, esta visión esperanzadora y prometedora convive al unísono con críticas y posiciones escépticas respecto a los efectos colaterales y al futuro utópico que la digitalización masiva propaga. Los resultados de la encuesta permiten ver con claridad uno de los principales temores actuales entre la generación Z, refiriéndonos a la progresiva deshumanización de las relaciones interpersonales. En un mundo mediado por las nuevas tecnologías y la creación constante de nuevas redes sociales, muchos/as jóvenes manifiestan sentirse desconectados/as a nivel emocional, al mismo tiempo que permanecen socialmente hiperconectados/as en términos virtuales. Esto nos remite a apartados anteriores en los que argumentábamos que la calidad del vínculo afectivo con

los/as demás se ve afectada y mermada por las consecuencias de la era digital: la inmediatez y la sobreexposición mediática.

En sus discursos panfletarios, las redes sociales presumen de ser las únicas herramientas necesarias para construir relaciones interpersonales en el mundo actual. En el anuncio de la aplicación *Instagram* de la página web de *Play Store*, la empresa *Meta* afirma lo siguiente: “los pequeños momentos pueden conducir a grandes amistades. Comparte los tuyos en Instagram”, seguido de: “conéctate con amigos, consigue más fans y descubre las actividades y los intereses de las personas que te rodean”. Considero relevante comparar estas afirmaciones sobre promesas de socialización con algunas de las respuestas reales, aportadas en nuestra encuesta por integrantes de la generación Z, sobre los avances en la digitalización. En esas respuestas se describen como “aspectos negativos” afirmaciones como: “Dejar de conectarme con la gente que sí que tengo al lado”, “creo que podría hacer más impersonales las relaciones en persona y reducir empatía en la gente”, “que nos conviertan en seres menos humanos y más digitalizados”, “será más fácil conectar con gente que está lejos, pero a la gente le costará más la socialización en persona”. Esta comparación trasluce una poderosa contradicción que, desde nuestra más íntima convicción, no causa ninguna extrañeza, considerando que proviene de una red social como *Instagram*. La pérdida del contacto físico, del mirarse a los ojos, del tiempo compartido en presencia directa con los/as otros/as y de vivir en los espacios propios de una conversación interactiva, cara a cara, genera una sensación de vacío relacional que no encuentra consuelo en el entorno virtual -tal y como muchos de los/as encuestados/as nos dejan percibir por sus respuestas-.

Otro aspecto alarmante entre la generación Z, a tenor de las respuestas a la encuesta, es la masiva implantación de la IA en las actuales redes sociales. Muy a menudo, los medios de comunicación -como prensa y televisión- se encargan de promocionar de manera positiva este tipo de innovaciones. Uno de los más recientes, la incorporación de la IA en la plataforma de mensajería *WhatsApp*. Cuando parecía ser de las pocas redes sociales que se “libraba” de ello, recientemente el director ejecutivo de *Meta Platforms*, Mark Zuckerberg, lanza el siguiente anuncio: “un servicio opcional de *Meta* que puede responder a tus preguntas, enseñarte algo, o ayudarte a generar nuevas ideas”. En apariencia, se trata de una propuesta atractiva que apela directamente a las necesidades de los/as usuarios/as, y se presenta como una herramienta flexible y voluntaria. Efectivamente, tal como lo declara la plataforma de mensajería, se puede hacer uso de *WhatsApp* sin recurrir a esta nueva extensión. No obstante, detrás de esa voluntariedad aparente, nos surgen ciertos interrogantes que permiten una lectura más profunda y crítica hacia esa iniciativa de implantación de la IA en las redes sociales.

Como consumidores/as habituales de este tipo de servicios, el anuncio, naturalmente, genera un interés por conocer más a fondo los alcances de aquello que se está ofreciendo como novedad. Las promesas de responder preguntas sin esfuerzo, o de enseñar o estimular la creatividad suenan, sin duda, reconfortantes, puesto que apelan a la eficiencia, el aprendizaje y la innovación. Sin embargo, este discurso

tecnológicamente optimista no debe ser analizado de forma aislada, sino que requiere situarse en el actual contexto de una tendencia creciente hacia la automatización de funciones propias del ser humano. Y aquí surge una cuestión fundamental: ¿dónde se traza el límite entre lo que resulta cómodo y facilitador, y lo que deriva en una dependencia estructural o en una despreocupación por pensar, reflexionar, explorar y aprender de manera autónoma y sin “muletas” mentales?

Desde una perspectiva personal, el problema no radica meramente en el uso puntual de herramientas basadas en IA, sino en el desplazamiento progresivo del esfuerzo humano hacia lo que los sistemas automatizados prometen *hacer* por nosotros/as. En este marco, la comodidad se convierte en “un arma de doble filo”: cuanto más delegamos nuestra capacidad de razonar, menos capacidad poseemos y/o entrenamos diariamente. Y, si bien es cierto que estas tecnologías pueden tener aplicaciones muy útiles -como resolver dudas inmediatas o complementar investigaciones a través de rápidas búsquedas en Internet-, también es cierto que su visión acrítica e irreflexiva conduce a una forma de pasividad intelectual por parte de la sociedad digital donde la curiosidad, la duda, la reflexión y el pensamiento crítico propio, corren el riesgo de desaparecer.

Por ello, más allá del reciente anuncio de la plataforma *WhatsApp*, que hemos mencionado anteriormente, la implementación de este tipo de servicios plantea otros desafíos como, ¿qué tipo de sociedad digital estamos construyendo cuando la capacidad de hacer y pensar empieza a depender en exceso de una herramienta de inteligencia artificial? O, ¿en qué medida nuestras ideas continúan siendo nuestras si el proceso para generarlas se ve cada vez más intermediado y condicionado por la IA? Hablo desde mi más íntima preocupación cuando me pregunto a mí misma y a mis compañeros/as de generación, si este será el inicio del declive de la inteligencia humana.

En los tiempos actuales, la masiva implementación de la IA no se limita únicamente a su presencia en las redes sociales o en las plataformas de mensajería; su influencia también se ha expandido con mucha fuerza hacia muchos otros campos laborales tradicionalmente desempeñados por seres humanos. He de ser sincera cuando afirmo que, en alguna ocasión, desde mi ocupación como artista y estudiante de investigación, me he visto atravesada en más de una ocasión por una inquietud difícil de ignorar: ¿qué sentido tiene invertir años de formación en una disciplina si una actualización tecnológica en IA puede replicar, e incluso superar, los resultados de todo ese esfuerzo? Es sabido que este dilema no es algo aislado ni es meramente personal, sino que se trata de una inquietud compartida con algunos/as compañeros/as de generación, cuyas voces resuenan en ciertas afirmaciones que se han vertido en esta misma encuesta, tales como: “temo la decadencia de trabajos de naturaleza artística debido al surgimiento de la inteligencia artificial”, o “la IA puede ser una muy buena herramienta de trabajo pero me temo que es más una amenaza que otra cosa”, “puede llegar a acabar con ciertos puestos de trabajo, así como ocurre con las IAs y el arte”, “puede llegar a superar el trabajo de los mismos y desmerecer el trabajo y el talento de un artista”, o

incluso, “me da miedo que la IA nos quite el trabajo a los artistas”. Estas expresiones, lejos de ser simples reacciones emocionales, evidencian una preocupación colectiva ante el avance de una tecnología que no solo automatiza prácticas, sino que también comienza a intervenir en terrenos de la sensibilidad y la creatividad, en definitiva, en el arte.

3.4. La digitalización en las prácticas de creación artística

Hace apenas una década, la idea de que una inteligencia artificial pudiera “crear arte” parecía propia de la ciencia ficción. Hoy, sin embargo, vemos cómo una IA suficientemente bien entrenada puede componer una pieza musical, escribir una poesía o generar imágenes de calidad en segundos, lo que hace cuestionarnos lo siguiente: ¿qué significa *crear* en un mundo donde la creación puede ser delegada? Al mismo tiempo, surge una segunda preocupación, la del reconocimiento. ¿Se pone en valor el trabajo humano? ¿Qué criterios permiten distinguir la autenticidad, la intención, la emoción o la experiencia vital de la obra? ¿Seguimos siendo sujetos sensibles y conscientes, o más bien, sujetos “supervivientes” de aquello que la digitalización aún no ha alcanzado? Creemos que este sentimiento que actualmente lidera la mayoría de los sentires entre los/as integrantes de la generación Z relacionados/as con el ámbito artístico es, cuanto menos, trascendental. No es extraño que haya quienes sentimos que los oficios artísticos están siendo desdibujados con las IA. Tampoco es extraño percibir que no se trate meramente de un temor a perder un trabajo, sino de la pérdida misma de la vocación artística y su misterio creador.

Llegados a esta situación, siento una profunda responsabilidad por defender mis prácticas artísticas de la digitalización mediante los soportes tradicionales y los medios visuales clásicos. Si bien es cierto que esta opinión no manifiesta estar en contra de otros procesos creativos basados en tecnología digital u otras obras artísticas de índole virtual, lo que se propone aquí es adquirir una visión crítica y reflexiva constante hacia la implantación de la digitalización en el entorno artístico. Hay límites que se han visto ya superados, como la pasividad intelectual a la hora de redactar documentos académicos para, finalmente, acudir a *chatbots* que los generen siguiendo ciertas directrices gracias a los *prompts*. También asistimos a la vertiginosa pérdida de curiosidad y de duda constructiva en los procesos creativos de una obra, por haber consultado previamente a una IA. Bien es sabido que la intención artística es lo que nos mueve y da sentido a nuestra existencia, algo que la IA no puede hacer por nosotros/as. Esta produce contenidos sin más, mientras que, por su parte, el/la artista cuenta con el poder de la emoción y el de dotar de un sentido último a la construcción de sus “relatos”. Lo que pretendo expresar con este razonamiento es que, a día de hoy, más que nunca, es importante poner en valor el arte *per se*, sin buscar una repercusión inmediata en redes. Es de este arte emocional del que hablamos, de ese que cuenta historias, que reivindica, critica, reflexiona y pone en duda su propio discurso.

No solo defiende aquí el compromiso de la sociedad por proteger y resguardar las prácticas artísticas, sino también sus capacidades mismas de comprensión, de investigación, de reflexión y de pensamiento crítico, de dudar ante las cosas, de posicionarse, y de elaborar discursos propios. Estas competencias se engloban, según nuestra particular manera de entenderlas, en “la resistencia” actual para hacer pervivir la inteligencia humana.

Este fenómeno virtual, consecuencia directa de la era digital en la que estamos inmersos como sociedad, implica un desplazamiento desde la creación artística hacia una normalizada sobreexposición mediática de la intimidad. Las prácticas artísticas de índole fotográfica y escrita se ven atraídas y tentadas por una atención inmediata en saturados entornos virtuales. De este modo, se establece una lógica cada vez más popularizada que privilegia la visibilidad, la aprobación social y el consumo instantáneo de contenidos en vez del propio discurso de la obra, o la crítica que establecía la calidad del proceso creativo -artístico-.

En consecuencia, es posible observar cómo dos prácticas de creación plástica tradicionales se han visto sometidas a una digitalización masiva en las últimas décadas. Estas son el álbum fotográfico y el diario íntimo.

3.4.1. El álbum fotográfico

Creemos relevante comenzar este epígrafe mencionando otra de las frases que aparecen en el anuncio de la aplicación *Instagram*: “Crea y comparte fotos, historias y carretes con amigos que amas.”

Esta frase, aunque simple y amigable, refleja una profunda transformación en la manera en que practicamos la creación artística en la actual era digital. Nos habla de un acto de creación caracterizado por la inmediatez y vinculado a la cotidianidad y al “afecto” interpersonal, pero también nos revela cómo redes sociales -tales como *Instagram* o *X*- han reformulado la práctica fotográfica y, por lo tanto, la práctica de creación plástica tradicional, tal como la confección del álbum fotográfico personal. Surge pues un desplazamiento significativo desde el ámbito artístico hacia la normalizada sobreexposición constante de imágenes de consumo inmediato y “exhibitivas”. Acudimos al filósofo y crítico Walter Benjamin para hacer referencia al “valor exhibitivo” frente al “valor cultual” de la obra, el cual, desde una mirada contextual del presente, se podría estar viendo amenazado por la digitalización masiva en las artes. Este último se refiere al valor de la obra ligado al culto, a la tradición, o al ritual, siendo su presencia más relevante que su “valor exhibitivo”, es decir, su exhibición o exposición.

El profesor Juan Martín Prada, en su ensayo *El ver y las imágenes en el tiempo de Internet* (2018), muestra la importancia de la distinción entre ambos valores en las imágenes del presente. Lo que se manifiesta entre sus páginas es cómo la autenticidad de las

imágenes se ha visto condicionada por la falta de veracidad en las redes sociales. En palabras del autor, “de ahí que en las redes domine siempre ese valor exhibitivo de la fotografía que Benjamin contrapuso al cultural” (Martín Prada, 2018, p. 38). Añadimos aquí la siguiente reflexión perteneciente al ensayo *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, del propio Walter Benjamin:

Con la fotografía, el valor de exhibición comienza a vencer en toda la línea al valor ritual. Pero éste no cede sin ofrecer resistencia. Ocupa una última trinchera, el rostro humano (...). En ello consiste su belleza melancólica, la cual no tiene comparación. Y allí donde el ser humano se retira de la fotografía, el valor de exhibición se enfrenta por primera vez con ventaja al valor de culto. (Benjamin, 2003, p. 58)

La fotografía, que en otros tiempos estuvo marcada por la temporalidad pausada, el carácter reflexivo y la intimidad, hoy ha sido desplazada hacia una fácil accesibilidad, una exposición permanente y un carácter *éxtimo*. Ahora, lo personal es espectáculo y lo cotidiano se ha convertido en contenido y pasto del entretenimiento. Las redes sociales, como la mencionada red social *Instagram*, han colaborado en gran medida para convertir a la fotografía en un medio predominantemente estético, carente de sensibilidad y profundidad, y diseñado únicamente para el consumo rápido: construimos imágenes de usar y tirar.

Antes de la revolución de la Web 2.0 y de la proliferación de plataformas digitales capaces de circular millones de imágenes por segundo, este se caracterizaba por una confección como un objeto físico. Existía una cultura de preservación de la intimidad, por lo que el álbum se reservaba a entornos íntimos, cercanos y de confianza. La fotografía, por su parte, poseía en aquel entonces, un valor único que se podría relacionar con aquel “valor cultural” de Walter Benjamin mencionado anteriormente. Y las páginas del álbum recopilaban fotografías de momentos concretos y memorables: hitos de la vida de la persona marcados por una narrativa personal.

Actualmente, en pleno siglo XXI, ese álbum fotográfico físico e íntimo es reemplazado paulatinamente por un archivo de imágenes virtual y público. La cultura de preservación de la intimidad se sustituye por la cultura de sobreexposición mediática. La recopilación de experiencias únicas e íntimas permuta hacia un normalizado acto de fotografía en masa. Y el valor crítico y reflexivo de las fotografías sufre una transformación hacia un valor que privilegia la llamada de atención masiva. Se produce así, una alteración de los ejemplares únicos de álbumes fotográficos hacia un sinfín de imágenes inmediatas en constante proceso de actualización.

Es en el ensayo de Paula Sibilia en el que se dedica, en una buena parte del capítulo *Yo actual y la subjetividad instantánea*, a una de las metáforas pertenecientes al autor Sigmund Freud y que el crítico Philippe Dubois rescató de sus textos freudianos. Esta metáfora, en la que nos vamos a apoyar a continuación, recibe el nombre en honor a la búsqueda arqueológica: Pompeya. La teoría freudiana relativa a esta metáfora hace alusión a, según la autora, “la preservación intacta de una imagen” (Sibilia, 2008, p. 136).

Una imagen instantánea perdida en la eternidad y congelada en el espacio-tiempo. Si bien esta metáfora hace alusión a la fotografía de aquel entonces - novedosa y ligada a recuerdos únicos e irrepetibles-, ahora puede ser fácilmente comparada con la conservación de las imágenes en Internet, o más concretamente, en las redes sociales, haciendo alusión a una de las reflexiones anteriores (apartado 3.2.1.) sobre el trato de la imagen y de la información personal de la política de privacidad de *Instagram*.

3.4.2. El diario íntimo

Nos referimos en este epígrafe al diario íntimo. Este, se puede definir bajo las palabras de la artista y profesora universitaria Ana J. Revuelta. En su capítulo *El diario íntimo en la fotografía contemporánea* del libro *Álbum de familia y prácticas artísticas: Relecturas sobre autobiografía, intimidad y archivo*, afirma que esta práctica de creación es “aquel cuaderno de frases, ideas, conversaciones oídas en los bares, rutinas, quehaceres, dibujos, apuntes de todo tipo, e incluso entradas a conciertos o de fotografías de las vacaciones, de recortes, etc.”. (J. Revuelta, 2018, p. 55).

Recurrimos de nuevo a la comparativa entre el antes y el ahora. El diario íntimo solía confeccionarse como un documento físico, mientras que ahora, recoge su soporte en plataformas digitales como la ya mencionada red social X, a través de textos breves y publicaciones fragmentadas orientadas a la provocación de la reacción externa, sino, por qué razón iban a publicarse en una red social de tal amplitud mediática. Antes de la llegada de estos nuevos soportes digitales, el diario era considerado extremadamente privado. Si, por su parte, el álbum fotográfico se reservaba a entornos íntimos, el diario se circunscribe únicamente a la intimidad de la persona, ni siquiera de su entorno, ya que este, no se limitaba a una escritura de relatos cotidianos, sino que además, podía reunir confidencias y secretos de su autor/a. Esta práctica, desde un punto de vista más trascendente, estaba destinada a la reflexión y el autoconocimiento continuo de su autor/a. Ahora, esas páginas encuentran su lugar entre las múltiples opciones de registro escrito en Internet.

Es posible observar cómo la escritura se ha transformado repentinamente hacia nuevos modos de lectura. Acudimos nuevamente al ensayo *La intimidad como espectáculo* de Paula Sibilia, en el cual hace referencia a tres rupturas vinculadas a la lectura. Basándose en el libro *Historia de la lectura en el mundo occidental* (1998), de los autores Roger Chartier y Guglielmo Cavallo, Sibilia declara tres transformaciones: La primera, a mediados del siglo XV ligada a la invención de la imprenta. La segunda, en relación a la evolución de la lectura limitada a su creciente disponibilidad de mediados del siglo XVIII. Finalmente, la tercera, enlazada a la llegada de Internet.

Retomando la época actual, en la que el significado de “lectura” se ha redefinido en tantas ocasiones, quizá, a esta tercera ruptura, sea posible añadir una nueva extensión vinculada a las redes sociales: una vertiginosa transformación del acto de “escribir” por

la urgencia de “ser leído”, y del acto de “leer” por la necesidad de “ver qué dicen otros/as”. Lo que se podría simplificar en “escribir” como fórmula de llamada de atención y “leer” como método de comparación con los/as otros/as. Las redes sociales nunca pueden ser íntimas o privadas ya que estas funcionan en comunidad, estableciendo comunicaciones dialógicas. Como afirma Paula Sibilia en su ensayo:

En cuanto a los diarios íntimos, ¿se podría afirmar que es indiferente el hecho de que ahora se publiquen en la Web? Esa exposición abierta a los ojos del mundo entero, ¿es apenas un detalle sin mucha importancia? No parece que así sea o, por lo menos, merezca ser menospreciada. (Sibilia, 2008, p. 69)

Es importante recalcar que, lejos de establecer una crítica negativa hacia la práctica normalizada de publicar en redes sociales, se defiende, ante todo la reflexión de lo que conlleva llevarla a cabo. Se trata de establecer una crítica constructiva y de determinar las transformaciones ocurridas, es decir, el porqué de la sobreexposición mediática ya normalizada y sus consecuencias.

4. MI PRÁCTICA ARTÍSTICA: *Donde no estoy*

Según lo desarrollado anteriormente, en este nuevo marco mediático las prácticas clásicas de creación pierden su dimensión física y contemplativa para profundizar ahora en una nueva estética de lo digital y *éxtimo*. El yo se vuelve una marca personal, la búsqueda de la subjetividad es compartida, y la experiencia personal se convierte en un producto más del sistema de la digitalización masiva de los contenidos culturales. Es en este contexto de crisis de intimidad, en el que es importante recordar que las prácticas artísticas contemporáneas tienen el poder de generar potentes reflexiones y críticas acerca del proceso y la circulación de las imágenes en la actualidad.

Al inicio del presente trabajo teórico-práctico, surgían dudas sobre cómo dar respuesta a algunas de las cuestiones formuladas en el apartado 2.1., y que dan sentido al proyecto. Preguntas cómo: ¿de qué manera podemos convivir con la digitalización masiva de las prácticas de creación como la del álbum fotográfico o el diario íntimo? La búsqueda de respuestas a dicha pregunta, -antes de convertirse en uno de los focos principales de investigación de este proyecto-, se presentaba como una de mis más íntimas preocupaciones. Esa inquietud me llevó al siguiente cuestionamiento: ¿cómo expresar la profunda consternación que siento ante la irrefrenable pérdida de fotografías y textos íntimos? Esta pregunta abrió paso a variadas lecturas de carácter investigativo e indagaciones de referentes formales que pudiesen ser empleados/as como influencia artística.

La búsqueda de la conexión entre mi inquietud y la práctica artística, mi vida y la obra, me llevó a determinarla, desde sus inicios, como el objetivo principal del presente proyecto y de mi rutina diaria. Aparecen, entonces, como una referencia esencial para mí, los proyectos de la artista Sophie Calle. Sus fotografías y sus textos cotidianos dan cuenta de su estilo autobiográfico y en la autoficción, donde no solo cuenta una historia, sino que la genera fotografiando objetos y lugares con los que convive diariamente. Hay algo de archivo fotográfico, pero también de ideas encontradas y plasmadas en imágenes y textos. En sus fotografías también coexisten el anhelo, el sentimiento de pérdida, los momentos de sufrimiento, el duelo y la desdicha. Emociones, todas ellas íntimas, y presentadas con la normalidad que merecen, dando cuenta de su importancia en la vida diaria de la fotógrafa.

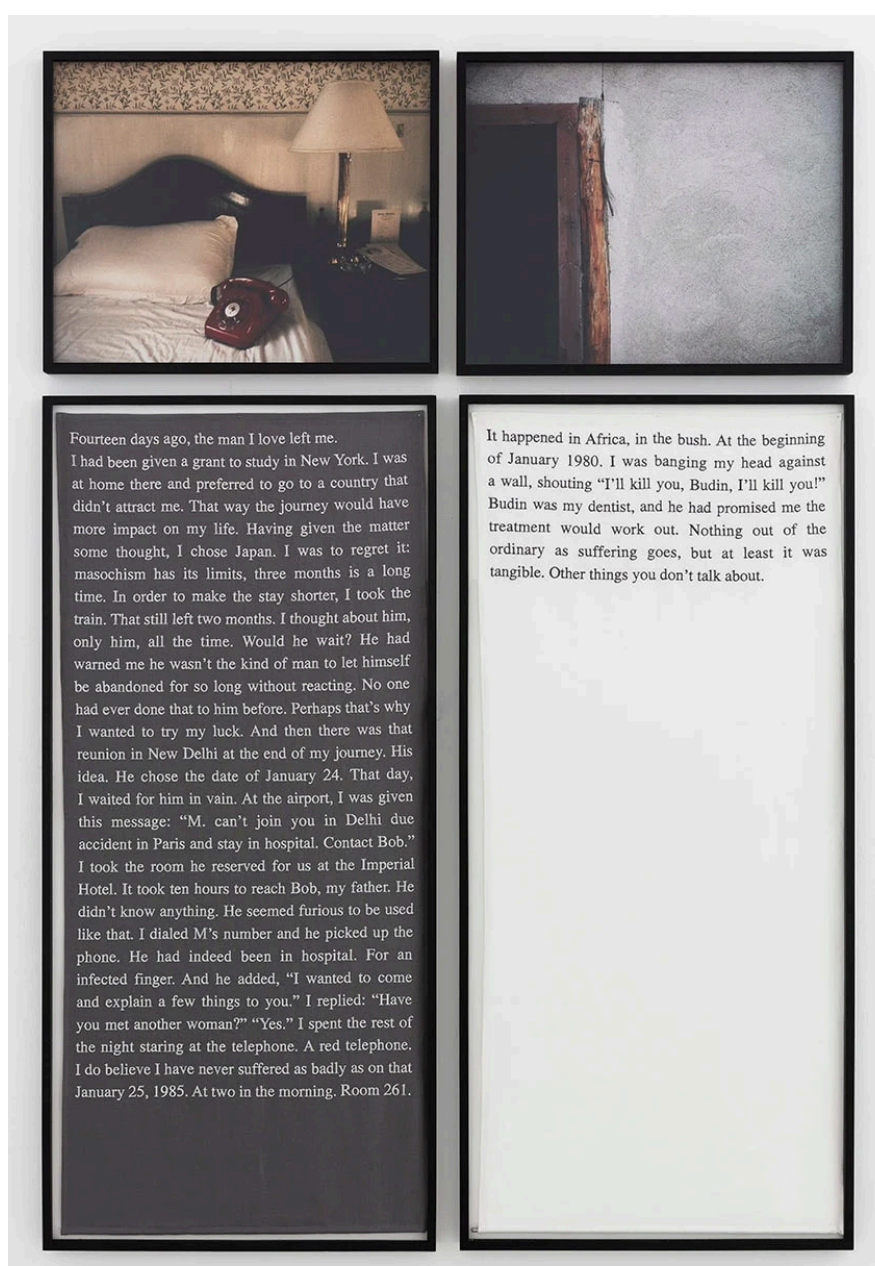


Figura 08 - Sophie Calle, *Count Up to Unhappiness: Day 77 - Exquisite Pain*, 2000.

De manera similar aparece la fotografía y coetánea Anna Fox. La autobiografía recoge numerosos proyectos fotográficos de carácter narrativo. Aquel que marcó el inicio de su exploración en la narración autobiográfica y de su cuestionamiento de la práctica documental, recibe el título *Cockroach Diary*, 2000. El formato de diario y las fotografías complementarias permiten narrar una historia organizada de forma lineal. Este recurso léxico visual permite una analogía ligada a la interacción fotoliteraria ya que, el diario íntimo trabaja con la repetición y con fragmentos concretos, y la fotografía permite una continuidad a la narrativa desde la imagen figurativa contadora de historias.

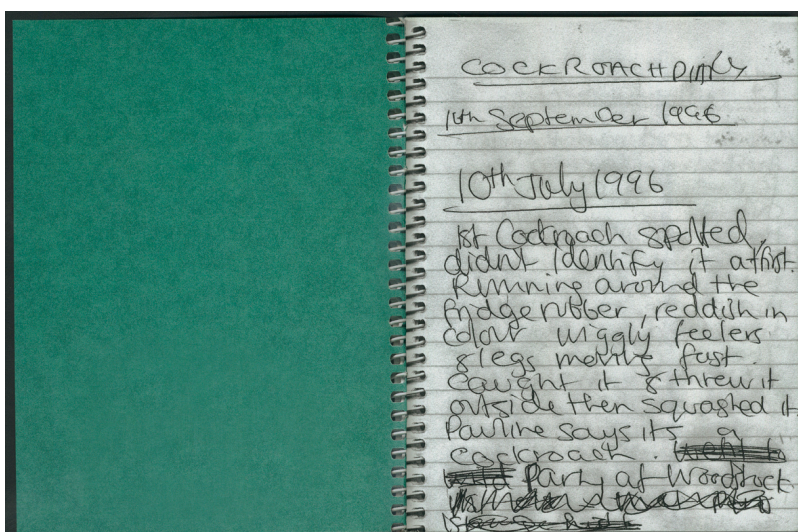


Figura 09 - Anna Fox, *Cockroach Diary*, 2000.

Figura 10 - Anna Fox, *Cockroach Diary*, 2000.

Mi proyecto recibe también la influencia de aquellos otros que tienen un fuerte carácter intimista, como el fotolibro *Recuperar la luz* (2000). Se trata de un destacado trabajo en el panorama de la fototerapia del hematólogo y fotógrafo Carlos Canal. Este, un cierto día, recibe como paciente a Rosa Sánchez Ramiro, a la que ofrece narrar su historia y tomar una fotografía de su día a día mientras dura su proceso de curación. Este proyecto intimista, sensible y emocional se caracteriza por el diálogo fototextual, los retratos de la paciente escritos en primera persona y su proceso organizado en fechas y textos confesionales, lo que le dota de un fuerte carácter autobiográfico.

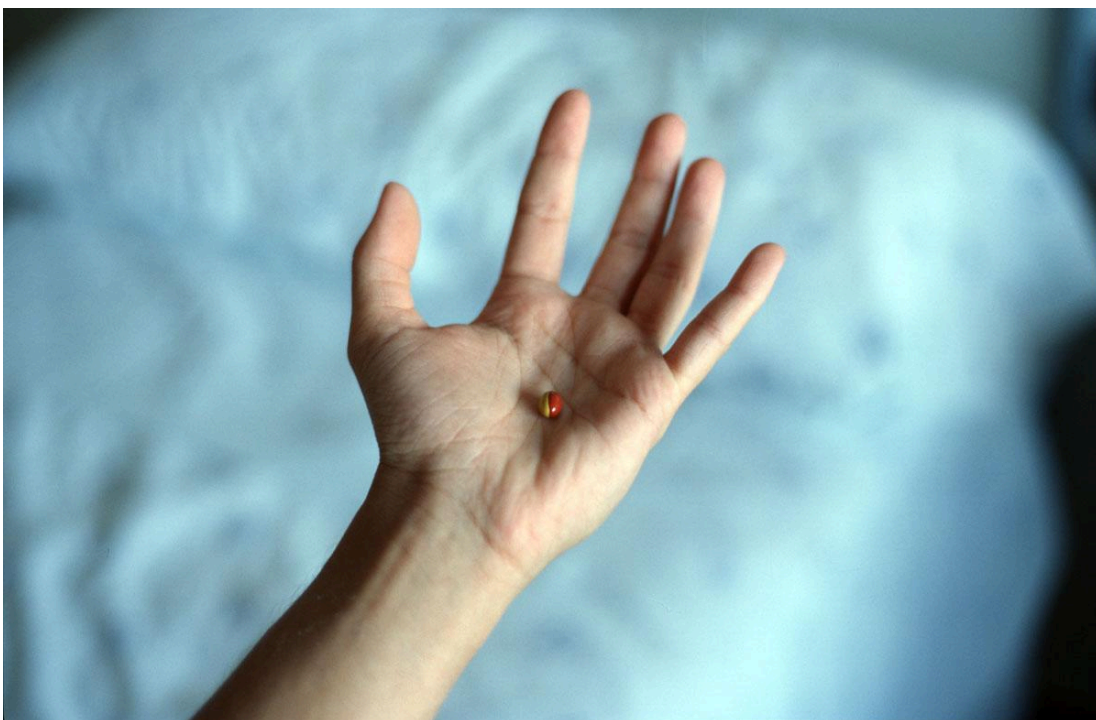


Figura 11 - Carlos Canal y Rosa S. Ramiro, *Recuperar la luz* (Dos tesoros - 19 de mayo de 2000), 2000.

Figura 12 - Carlos Canal y Rosa S. Ramiro, *Recuperar la luz* (Dos tesoros - 19 de mayo de 2000), 2000.

El trabajo diario y rutinario con la fotografía también supone una importante fuente de inspiración y referencia. El fotógrafo Jamie Livingston puede ser ejemplo de ello. La relación de su vida con la imagen perseguía la espontaneidad y las primeras y únicas oportunidades. En cambio, huía de la edición y la duplicación. Su proyecto *Some photos of that day* comenzó en 1979, recogiendo una fotografía diaria en formato *Polaroid*. El trabajo finalizó en 1997 a causa del fallecimiento del fotógrafo. Sus registros diarios se enfocan en la cotidianidad de su rutina y en la de su autor, siendo, sobre todo, las últimas fotografías, las que dejan adentrarse en la más íntima autobiografía del fotógrafo.



Figura 13 - Jamie Livingston, *Some Photos of that day* (Wednesday, January 2, 1980), 1979 - 1997



Figura 14 - Jamie Livingston, *Some Photos of that day* (Monday, March 30, 1981), 1979 - 1997

Entendemos también que el medio cinematográfico no debe ser olvidado en esta búsqueda de referencias formales para nuestra presente práctica artística. Sobre todo, al contemplar la película *Smoke* (1995). Se localiza en Brooklyn, en el verano de 1987, en un estanco del barrio. Su dueño, Auggie Wren, es confidente de lo que ocurre a su alrededor desde la esquina de una calle y el visor de una cámara fotográfica.

Es aquella popularizada escena -en la que el estancero muestra su álbum fotográfico al escritor Paul Benjamin-, la que, de algún modo, me hizo comprender el significado de la fotografía como medio de expresión pero, ante todo, el significado de cada fotografía como entidad única e irrepetible. Mi primer encuentro con esta película fue hace varios años, siendo desde entonces una constante fuente de reflexión y análisis crítico.



Figura 15 - Fotograma de la película *Smoke*, 1995.

El conjunto de referencias formales que acabamos de enumerar, unido al íntimo anhelo por las prácticas de creación plástica tradicionales -álbum fotográfico y diario íntimo-, y junto con la investigación teórica resultante en torno a la sobreexposición mediática de la intimidad en la era digital, han dado como resultado el fotolibro que presento, titulado *Donde no estoy* (2025).



Figura 16 - Celia Pardo de Donlebún Iglesias, Fotolibro *Donde no estoy*, 2025.

La obra utiliza el medio fotográfico y se sirve de un carácter narrativo, intimista y autobiográfico, concebido en formato de fotolibro. La pieza resultante se sitúa en la intersección entre los dos géneros tradicionales tratados en la investigación teórica: el álbum fotográfico y el diario íntimo. Desde una perspectiva artística-contemporánea, el proyecto aborda, por un lado, una reflexión crítica sobre la digitalización masiva de ambas prácticas. Por otro, una contraposición a la sobreexposición de la intimidad en la era digital.

Frente a la constante circulación pública de imágenes y textos en redes sociales, este fotolibro propone un acto de preservación de la intimidad "a contracorriente" de lo normalizado hoy en día. No se revelan rostros, nombres ni datos personales -aquellos susceptibles de ser comercializados en la red-. La autobiografía se construye entonces desde la introspección, la reflexión y los detalles cotidianos.

Como se menciona en el apartado 2.4. sobre la metodología de la práctica, el proyecto se desarrolla a lo largo de un periodo concreto, pero con perspectivas a largo plazo y siguiendo las directrices de una rutina diaria basada en tomar una fotografía y redactar un texto. La pieza que aquí se presenta recoge los treinta primeros días de dicha rutina (desde el día 14 de febrero de 2025 al día 15 de marzo de 2025). Cada página está compuesta por una fotografía de carácter cotidiano y un texto narrativo, ambos correspondientes a la misma jornada.



Figura 17 - Celia Pardo de Donlebún Iglesias, Fotolibro *Donde no estoy*, 2025.



Figura 18 - Celia Pardo de Donlebún Iglesias, Fotolibro *Donde no estoy*, 2025.

Cada una de las treinta fotografías recogidas en el fotolibro adquieren un fuerte carácter cotidiano y doméstico. Abren paso a la exploración de mi biografía e incluso a la conexión con otras narrativas autobiográficas. Su temporalidad es su máximo símbolo de reconocimiento, al presentarse acompañadas de la fecha y la hora exacta en la que fueron tomadas. No hay información contextual añadida -ni lugar, ni título-, lo cual desplaza intencionadamente la interpretación hacia el género literario, aquel que en esta obra acompaña a la imagen. Se trata de textos breves que han sido escritos en primera persona, desde la sensibilidad, la emoción y el carácter intimista. No se limitan a describir directamente lo presentado en la fotografía, sino que prolongan, complementan e incluso contrastan aquello que la imagen deja ver.

La relación entre fotografía y texto permite reconocer ambas prácticas -el álbum fotográfico y el diario íntimo-, no como elementos distantes e independientes, sino como dos géneros dialogando entre sí y creando una única entidad.

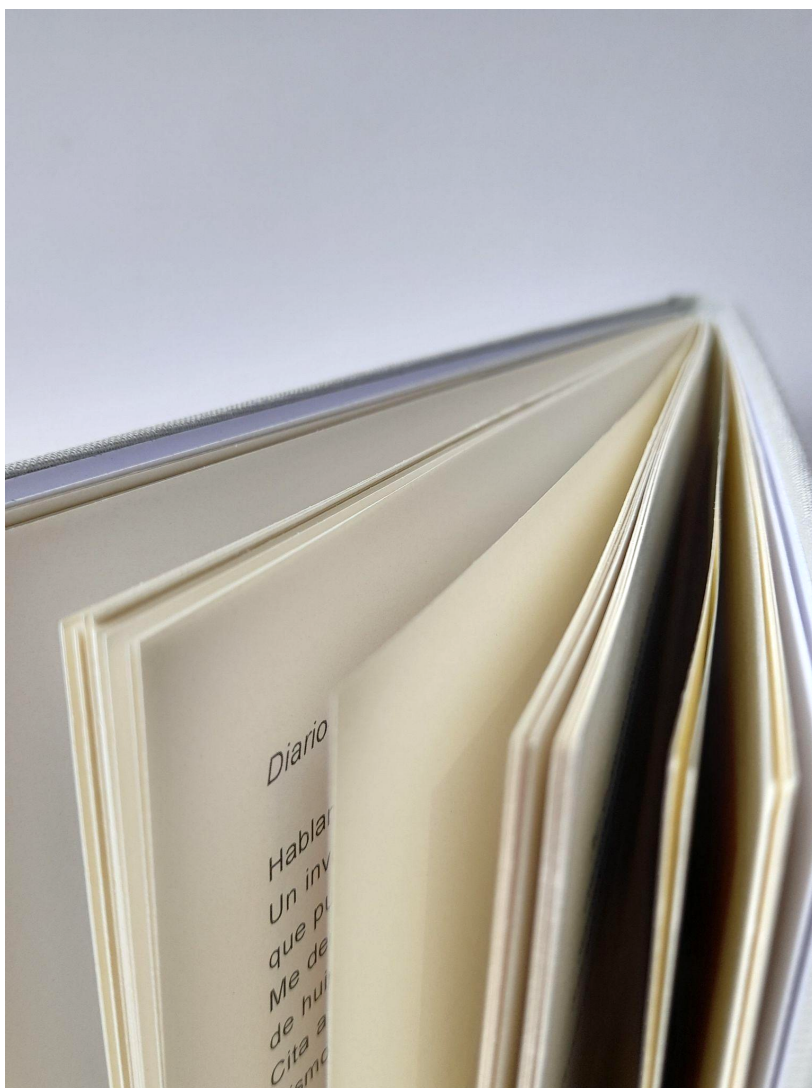


Figura 19 - Celia Pardo de Donlebún Iglesias, Fotolibro *Donde no estoy*, 2025.

Como se ha comentado anteriormente, la rutina como práctica artística aporta las bases para la creación de esta obra. Esta rutina creativa, precisa y rigurosa, fue iniciada el día 14 de febrero de 2025. La temporalidad dentro del mismo día en el que se toma la fotografía y se escribe el texto adquiere un gran protagonismo. En el momento de toma de decisiones con respecto a la rigurosidad de la rutina, se determina un marco horario delimitado entre las 18:00 y las 19:00 horas. Esta precisión horaria es constante durante el proceso de creación y confiere a la obra un ritmo regular, casi ritual, marcado por la repetición y la disciplina, permitiendo la observación sostenida del instante fotografiado y escrito.

Este intervalo temporal tan concreto se ha determinado teniendo en cuenta las diversas actividades que configuran mi cotidianidad. La diversidad de los espacios le aporta a la serie fotográfica un fuerte carácter autobiográfico, siendo posible observar en las fotografías diferentes entornos, trayectos y acciones. La franja horaria seleccionada permite una diversidad y aleatoriedad que las demás posibilidades horarias no me ofrecían.

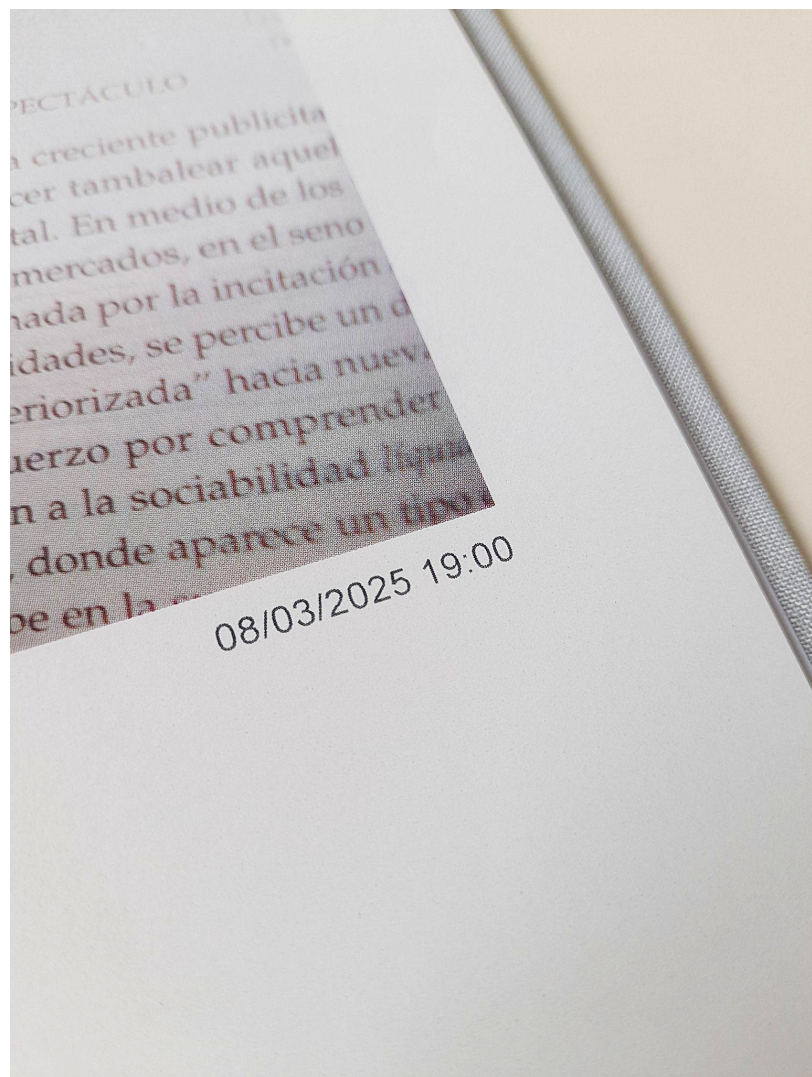


Figura 20 - Celia Pardo de Donlebún Iglesias, Fotolibro *Donde no estoy*, 2025.

Esta metodología escogida convierte el proceso de creación de la obra en un ejercicio de mediación, reflexión e introspección diaria. Los primeros días de desarrollo del proyecto, la toma de la fotografía y la escritura reflexiva se interpretaban como un acto sorpresivo, e incluso similar a forzado. Un ejercicio que conllevaba mentalizarse física y mentalmente, independientemente de las condiciones espacio-temporales en las que me encontrase. Al cabo de los días, ese acto forzado se transformó en una acción completamente integrada en mi memoria, como si de un acto instintivo o automático se tratase; un acto comparable con beber agua cuando se tiene sed, o abrigarse cuando se pasa frío.

La obra documenta el paso de los días y, al mismo tiempo, un instante de ellos. Las fotografías y los textos crean una pausa que habita activamente el tiempo, convirtiendo la repetición en forma y el hábito en estructura narrativa. La espectacularidad, tanto de la imagen como del escrito, queda fuera de toda finalidad del proceso de creación. En cambio, se persigue la improvisación y la espontaneidad, que se rige mediante una disciplina temporal, pero cuyo contenido fotográfico y escrito es aleatorio. Esto lleva consigo la incertidumbre y al mismo tiempo la sospecha de lo que puede llegar a ser capturado. Se crea entonces, una deliberada rutina que me permite alejarme de la cultura de la fotografía en masa tan característica en la actual era digital, y me concede la oportunidad de limitar tal comportamiento que, por pertenecer a la generación Z, está interiorizado y normalizado. Desde entonces, el valor de cada fotografía tomada se supera en sí misma, y cada reflexión contribuye al conocimiento de mi narrativa autobiográfica. Al evitar toda espectacularidad y masificación de imágenes, la obra propone una poética de lo singular, lo irreplicable y lo cotidiano. Cada día, con cada fotografía y cada texto, queda registrado en el doble gesto de mirar y escribir desde mi intimidad. Un doble gesto que facilita la conexión entre mi vida y mi obra.



Figura 21 - Celia Pardo de Donlebún Iglesias, Fotolibro *Donde no estoy*, 2025.

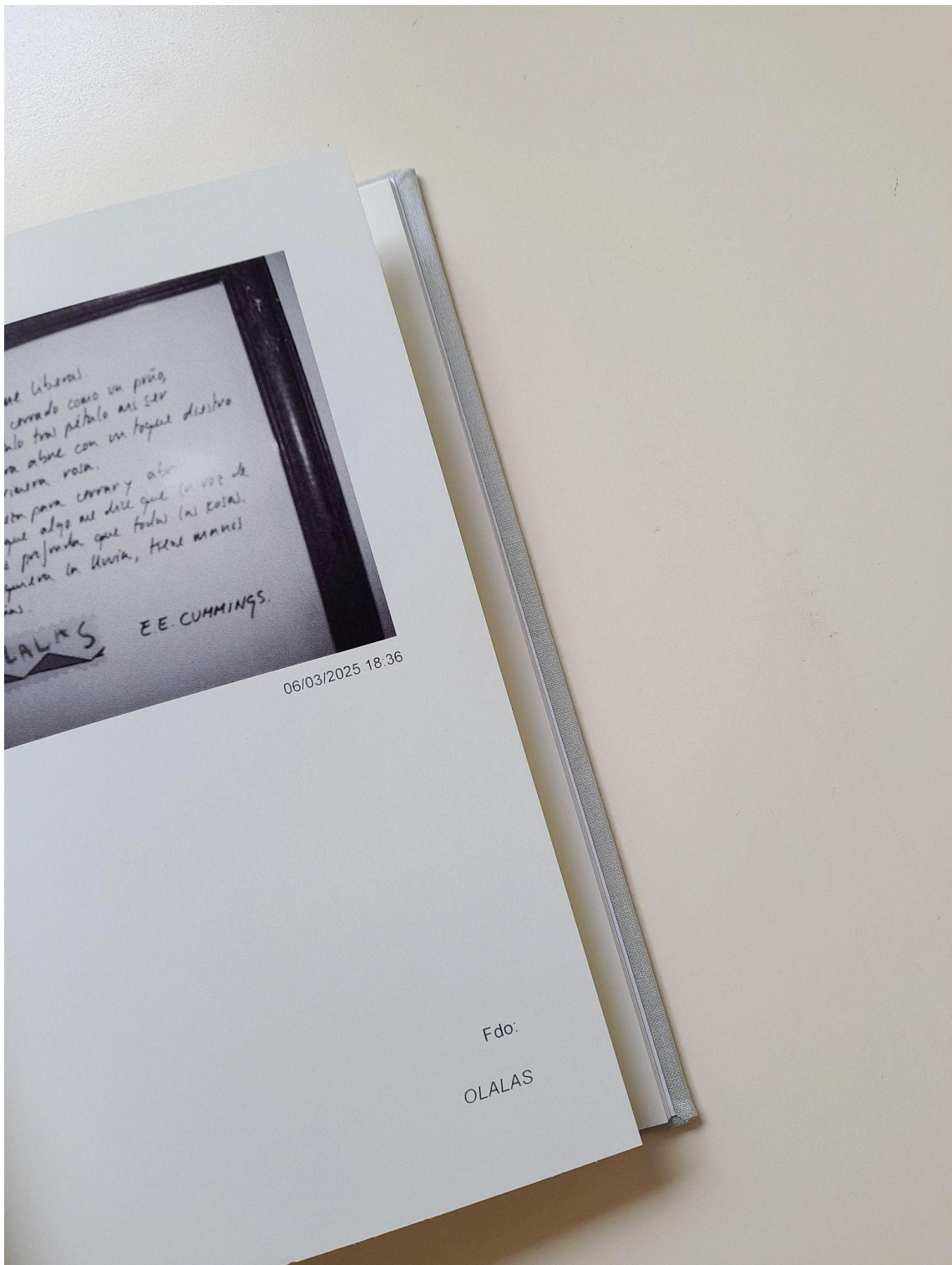


Figura 22 - Celia Pardo de Donlebún Iglesias, Fotolibro *Donde no estoy*, 2025.



Figura 24 - Celia Pardo de Donlebún Iglesias, Fotolibro *Donde no estoy*, 2025.

Desde el punto de vista formal, el fotolibro ha sido confeccionado manualmente, lo cual refuerza el carácter íntimo del proyecto. Al mismo tiempo, se consolida la posición crítica frente a la digitalización masiva del álbum fotográfico y del diario íntimo. Del mismo modo, se acepta, frente a la velocidad de la red, el tiempo lento de la producción manual desde un gesto poético e intimista. Al tiempo de un “clic”, la inmediatez y la velocidad lo protagonizan todo, lo que da como resultado menos tiempo de argumentación y menor comprensión. Es por ello, que la obra rechaza establecer cualquier tipo de relación meramente inmediata con el exterior. Por el contrario, necesita ser interiorizada de manera pausada, aceptando la lectura lenta de sus páginas y permitiéndose alejarse, aunque sea por un momento, de la rapidez del tiempo actual.

Al tratarse de un proyecto fotográfico, el material empleado es una cámara digital Kodak Easyshare C180. Este tipo de cámara fotográfica responde a las necesidades del proyecto: un tamaño cómodo y reducido para poder ser transportada, y que permita el movimiento “cámara en mano” que precisa esta práctica artística diaria. Cabe destacar que, al tratarse de un proyecto de fuerte carácter intimista, la elección de este material ha sido una consecuencia natural por tratarse de una cámara digital perteneciente a mi vida desde hace ya catorce años.

En definitiva, la obra es un fotolibro que se constituye desde la investigación teórica, la experimentación artística y la expresión de mis inquietudes. Como resultado, rescata la intimidad de su pérdida en la actual era digital, preserva la confección manual de las prácticas de creación plástica tradicionales, reniega de la sobreexposición masiva de la intimidad y, ante todo, defiende el arte como práctica de desapego digital.

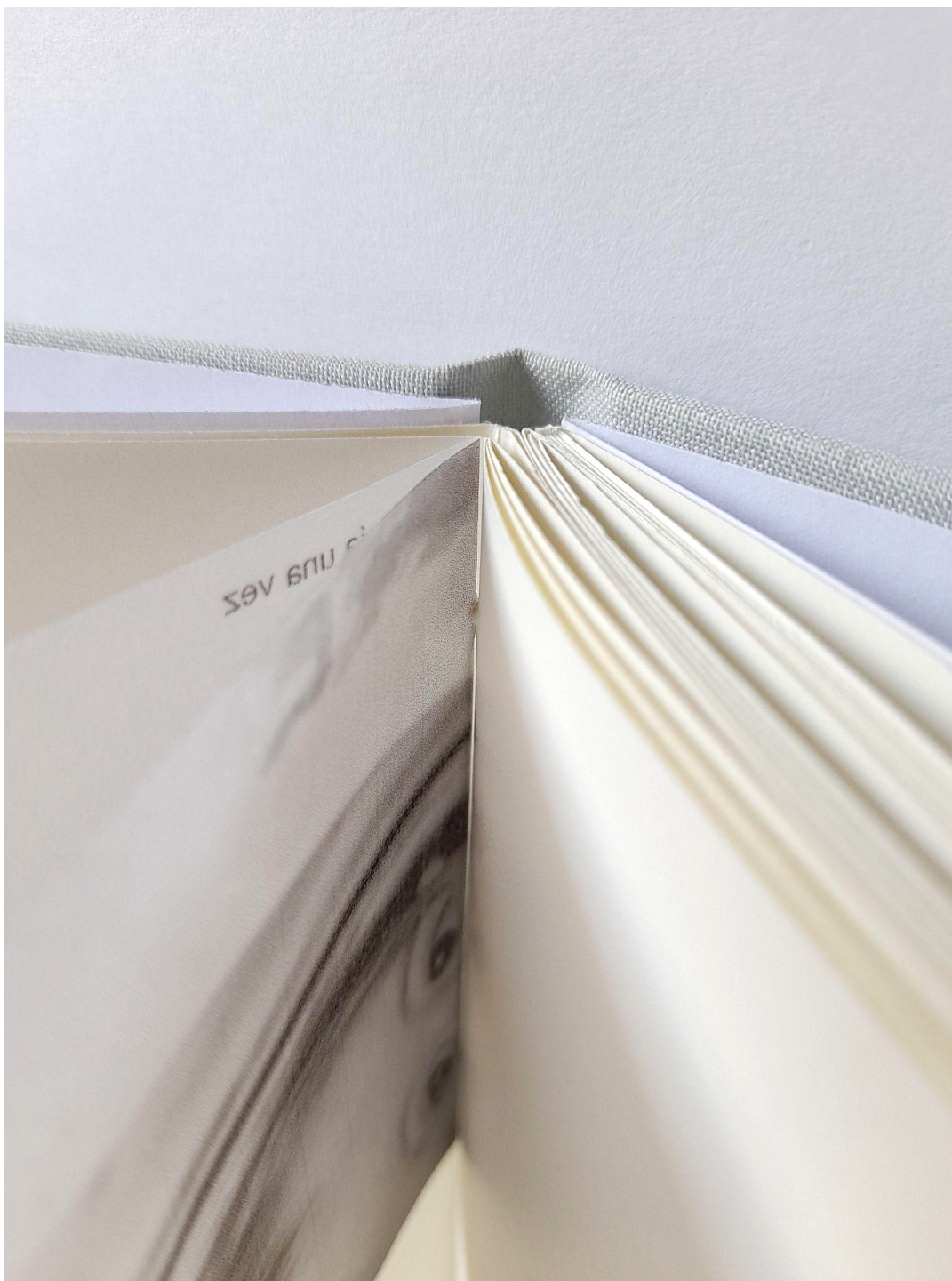


Figura 25 - Celia Pardo de Donlebún Iglesias, Fotolibro *Donde no estoy*, 2025.



Figura 26 - Celia Pardo de Donlebún Iglesias, Fotolibro *Donde no estoy*, 2025.

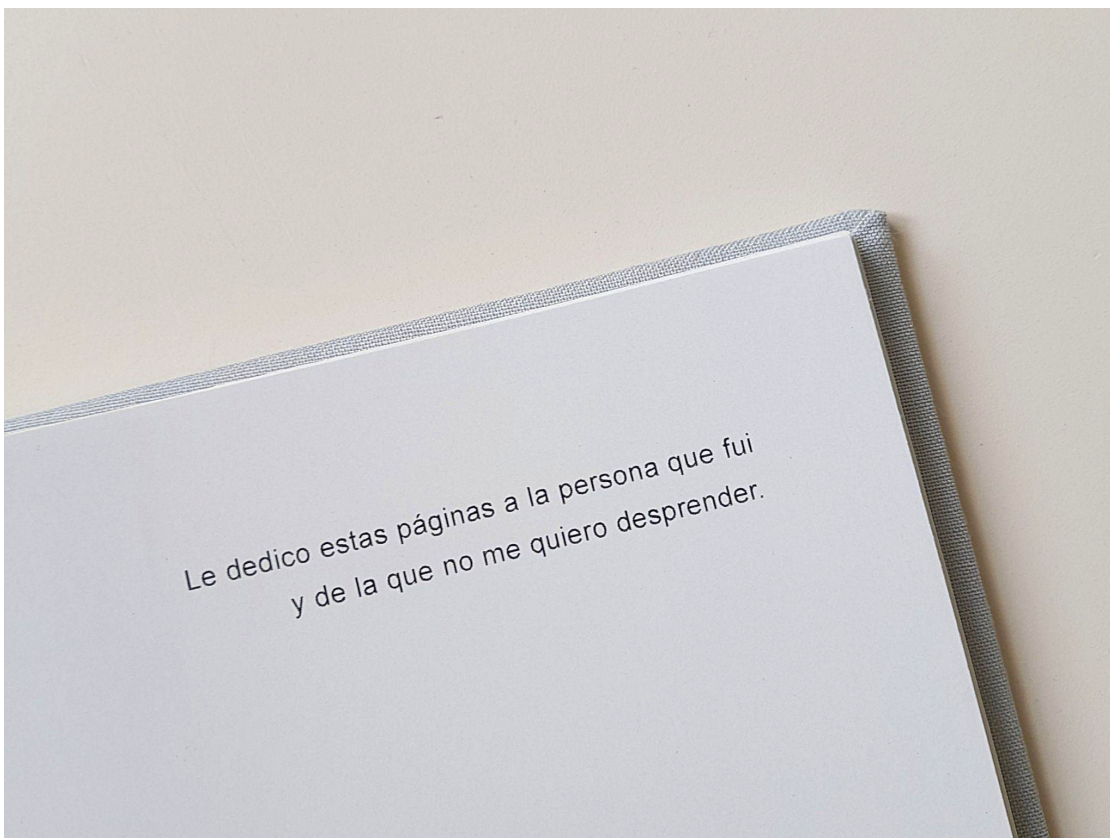


Figura 27 - Celia Pardo de Donlebún Iglesias, Fotolibro *Donde no estoy*, 2025.

5. CONCLUSIONES

La investigación teórico-práctica que hemos llevado a cabo plantea reflexiones sobre la importancia del estudio de la sobreexposición masiva de la intimidad en la era digital. A partir de la comprensión del funcionamiento de las actuales redes sociales y las teorías sobre el entorno digital, hemos aportado una serie de reflexiones críticas que nos permiten intuir que nos encontramos inmersos/as en una era postdigital que se caracteriza por la pérdida de intimidad, el acercamiento al concepto *extimidad*, la sobreexposición en redes sociales y la masiva digitalización de prácticas de creación plástica tradicionales. Por consiguiente, nos ha resultado fundamental estudiar los usos, los comportamientos y las preocupaciones de la generación Z en torno a la era postdigital, para obtener una mayor comprensión de la sociedad digital y su funcionamiento.

Este proyecto de investigación teórica y de práctica artística se ha gestado a partir de una íntima preocupación por mi parte ante la sensación de no pertenecer ideológicamente a mi propia generación. Mi manera particular de entender la intimidad se pierde entre la tendencia de sobreexponerse, y mi forma de relacionarme con la digitalización se difumina en un entorno que hace uso de ella constantemente. Esta inquietud personal desencadenó una serie de interrogantes, de tal calado, que debían de ser indagados.

El modo de llevar a cabo la investigación se ha desarrollado a través de tres enfoques complementarios: el enfoque personal, el enfoque objetivo y el enfoque artístico. El uso de estos y las metodologías establecidas para acometerlos, nos ha permitido llegar a conclusiones como las siguientes:

Vivimos en una sociedad completamente digitalizada bajo un optimista discurso que engrandece la masiva implantación de herramientas de inteligencia artificial, constantes apariciones de plataformas digitales, e incluso una hibridación entre ambas. En este marco, la generación Z vive adaptada a estas circunstancias tecnológicas y socioculturales. Sus usos y sus comportamientos con respecto a las redes sociales muestran una dependencia que ha sido labrada, paulatinamente, bajo promesas de inclusión social, validación, vínculos interpersonales sostenibles, descubrimiento de identidad y pertenencia a una comunidad. La encuesta cuantitativa que hemos llevado a cabo, realizada para recabar información necesaria para la investigación, nos muestra un considerable intento por preservar la intimidad, aunque resulte insuficiente, por la falta de información y transparencia de las plataformas digitales y las redes sociales hacia sus propios/as usuarios/as. De igual modo, hemos adquirido una conciencia clara de las negativas consecuencias que la digitalización masiva puede generar en contra de las propias personas o de labores originalmente realizadas por el ser humano. La reflexión ante estas cuestiones por parte de la generación Z no es inexistente, aunque podríamos concluir que tampoco es suficiente. Al mismo tiempo que se le teme a la digitalización, se hace cada vez un uso masivo de ella, delegando en las nuevas tecnologías, como la IA, acciones que hasta ahora estaban circunscritas a la inteligencia

humana. Es así como se ha ido estableciendo y normalizando paulatinamente esta delegación tecnológica, y a veces un tanto irreflexiva, desde el constructo social actual y el caldo de cultivo digital e hiperconectado en el que nos encontramos inmersos/as.

Añadimos también que, haber elaborado esta encuesta cuantitativa, nos ha aportado una información valiosa que ha podido ser integrada en la investigación teórica del proyecto. Si bien es cierto que también se han dado algunas limitaciones, como no dedicar tiempo suficiente al análisis pormenorizado de datos estadísticos que se podrían haber cruzado a partir de las respuestas desde los métodos propios de la sociología. Una experiencia que me gustaría desarrollar y poner en práctica en futuras indagaciones sobre el tema tratado.

Otra de las motivaciones que han guiado el desarrollo del presente proyecto es la observación de esa masiva digitalización, que se ha ido insertando en los últimos años en las prácticas de creación plástica tradicionales. Se ha observado que, la proliferación de las redes sociales ha provocado una popular circulación de imágenes en constante actualización y, al mismo tiempo, una considerable tendencia a publicar textos por el ideal normalizado de “ser escuchado”. Ambos sucesos, tan en boga desde la aparición de las redes, plantean una redefinición de las prácticas de creación de álbumes fotográficos y diarios íntimos en la actualidad, poniendo en valor la llamada de atención masiva por encima del valor crítico de los contenidos que se comparten. Con mi obra *Donde no estoy* (2025) invito a repensar la falta de reflexión actual en las redes ante la paulatina pérdida de intimidad, y a reconsiderar las consecuencias negativas de esta masiva digitalización que nos acucia como sociedad digital. Asimismo, quería apuntar hacia un modo de preservar y defender las prácticas artísticas contemporáneas.

En términos generales, y con respecto a mi obra, el desarrollo de este TFM me ha guiado hacia un discurso analítico sobre la digitalización como hilo conductor en mis procesos de creación artística. En este sentido, la reflexión hacia lo abordado me ha abierto una perspectiva nueva de proyecto estético de cara al futuro, lo que me permite, no solo continuar indagando acerca de la problemática actual en el panorama global digital, sino también, comprender de un mejor modo mis inquietudes, mis motivaciones como artista y, ante todo, mi posicionamiento crítico como persona.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BIBLIOGRAFÍA

Ana J. Revuelta. En su capítulo *El diario íntimo en la fotografía contemporánea* del libro *Álbum de familia y prácticas artísticas: Relecturas sobre autobiografía, intimidad y archivo*.

Fontcuberta, J. (2010). *La cámara de Pandora: La fotografi@ después de la fotografía*. Editorial GG.

Martín Prada, J. (2018). *El ver y las imágenes en el tiempo de Internet*. Ediciones Akal.

Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica de Argentina.

WEBGRAFÍA

Libros en línea:

Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Itaca.
<https://archive.org/details/benjamin-walter.-la-obra-de-arte-en-la-epoca-de-su-reproductibilidad-tecnica-ocr-2003/mode/2up>

H, Byung-Chul. (2013). *La sociedad de la transparencia*. Herder.
<https://es.scribd.com/document/598198008/Sociedad-de-la-transparencia-Byung-Chun-Han>

Negroponete, N. (1995). *El Mundo Digital*. Ediciones B.
<https://users.dcc.uchile.cl/~cgutierr/cursos/INV/serDigital.pdf>

Zygmunt, B. (2006). *Amor líquido: Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. Fondo de Cultura Económica.
<https://sociologiac.net/2005/06/18/descargar-amor-liquido-bauman/>

Artículos en línea:

Agamben, G. (Enero, 2023). *La técnica e il governo*. Quodlibet.
<https://www.quodlibet.it/giorgio-agamben-la-tecnica-e-il-governo>

Alandete, D. (2022). *Elon Musk compra Twitter por 41.000 millones de euros*.
https://www.abc.es/economia/abci-twitter-acepta-oferta-musk-sera-dueno-202204252103_noticia.html

Asur, S., Huberman, B., Szabo, G., & Wang, C. (2011). *Trends in Social Media: Persistence and Decay*, 1-17.
https://www.researchgate.net/publication/48202855_Trends_in_Social_Media_Persistence_and_Decay

Huberman, B. & Wang, C. (2011). *Long Trend Dynamics in Social Media*. 1-7.
<https://epjdatascience.springeropen.com/articles/10.1140/epjds2>

Negroponete, N. (Diciembre, 1998). *Beyond Digital*. Wired 6(12). Recuperado de
<https://web.media.mit.edu/~nicholas/Wired/WIRED6-12.html>

Sanchez de Castro, D. (2024). *Twitter completa el cambio más importante desde que lo compró Elon Musk*.
<https://www.abc.es/tecnologia/redes/twitter-completa-cambio-importante-compro-elon-musk-20240517173609-nt.html>

Páginas web:

Crawford, H. (s.f.). *Jamie Livingston: Photo of the day*. Recuperado el 17 de mayo de 2025. <https://photooftheday.hughcrawford.com/>

FilmAffinity. (s.f.). *Smoke (1995)*. Recuperado el 17 de mayo de 2025.
<https://www.filmaffinity.com/es/film391573.html>

Fox, A. (s.f.). *Cockroach Diary*. Recuperado el 17 de mayo de 2025.
<https://annafox.co.uk/photography/cockroach-diary/>

Galerist. (s.f.). *Sophie Calle - Exquisite Pain: 14 Days Ago (1984 - 2003)*. Recuperado el 17 de mayo de 2025.
<https://www.galerist.com.tr/exhibitions/11/works/artworks-3672-sophie-calle-exquisite-pain-14-days-ago-1984-2003/>

Grupo Banco Mundial. (Marzo, 2024). *Digital Progress and Trends Reports 2023*.
<https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2024/03/05/accelerated-by-covid-and-ai-global-digital-landscape-remains-uneven>

Grupo Banco Mundial. (Marzo, 2024). *La digitalización mundial en 10 gráficos*.
<https://www.bancomundial.org/es/news/immersive-story/2024/03/05/global-digitalization-in-10-charts>

Meta Platforms, Inc. (s.f.). *Política de privacidad*. Instagram. Recuperado el 17 de mayo de 2025.

https://privacycenter.instagram.com/policy/?entry_point=ig_help_center_data_policy_redirect

UFCA. (Febrero, 2015). *Recuperar la luz. La fotografía como terapia, con Carlos Canal*. Recuperado el 17 de mayo de 2025.

<https://ufca.es/recuperar-la-luz-la-fotografia-como-terapia-con-carlos-canal/>

7. ANEXOS

Encuesta *Redes sociales, intimidación y era postdigital*

Esta encuesta recoge los usos, los comportamientos y las preocupaciones de algunos/as integrantes de la generación Z. Las preguntas han sido elaboradas personalmente y la encuesta ha sido confeccionada a través del formato de *Google Forms*. Su difusión se ha llevado a cabo de manera on-line a través de un código QR, distribución de carteles y conversaciones en persona.

A continuación, se presentan los gráficos extraídos de los resultados de la encuesta.

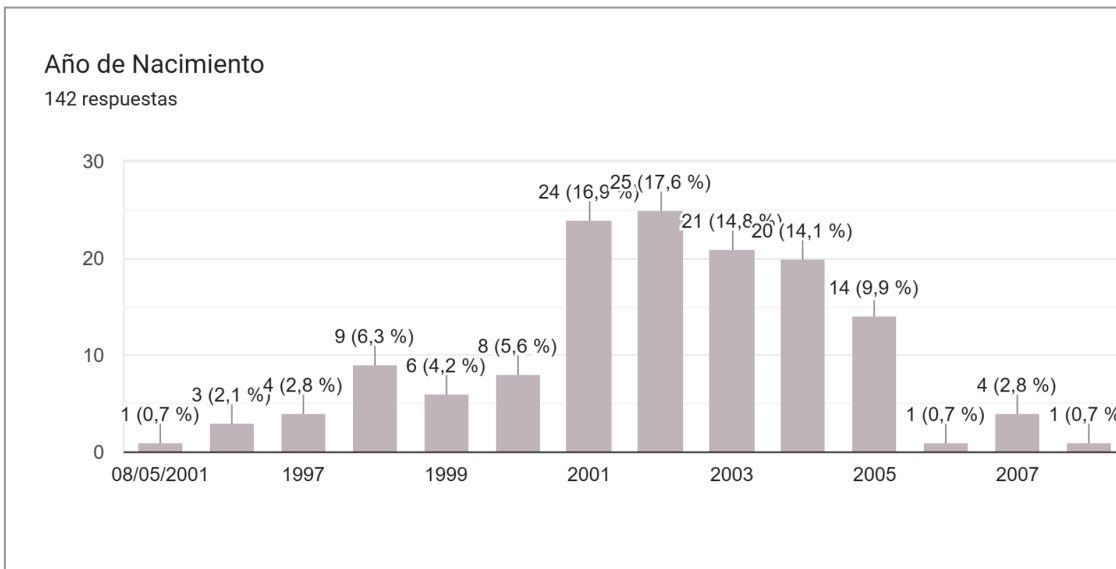


Figura 01 - Gráfico extraído de la encuesta *Redes sociales, intimidación y era postdigital*.

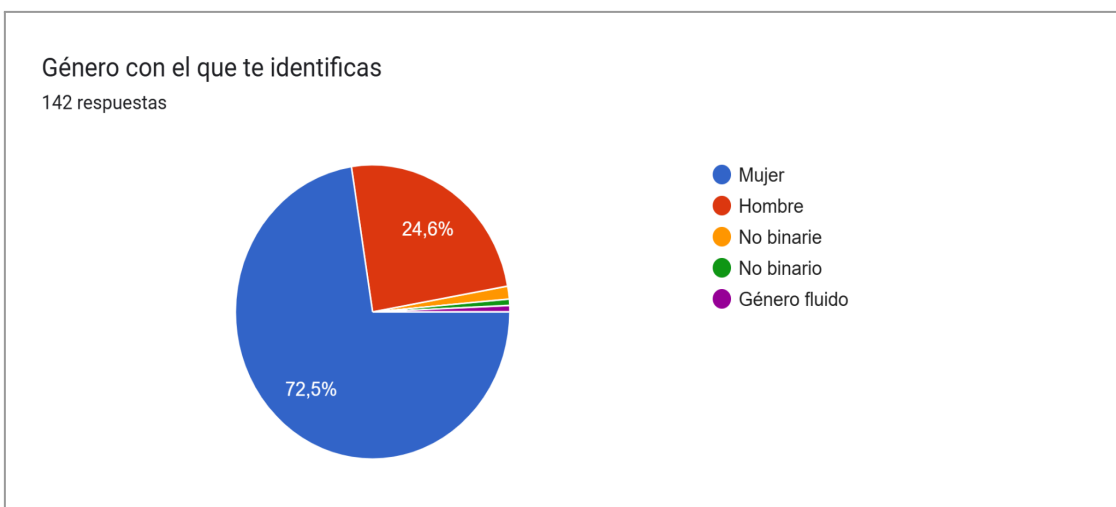


Figura 02 - Gráfico extraído de la encuesta *Redes sociales, intimidación y era postdigital*.

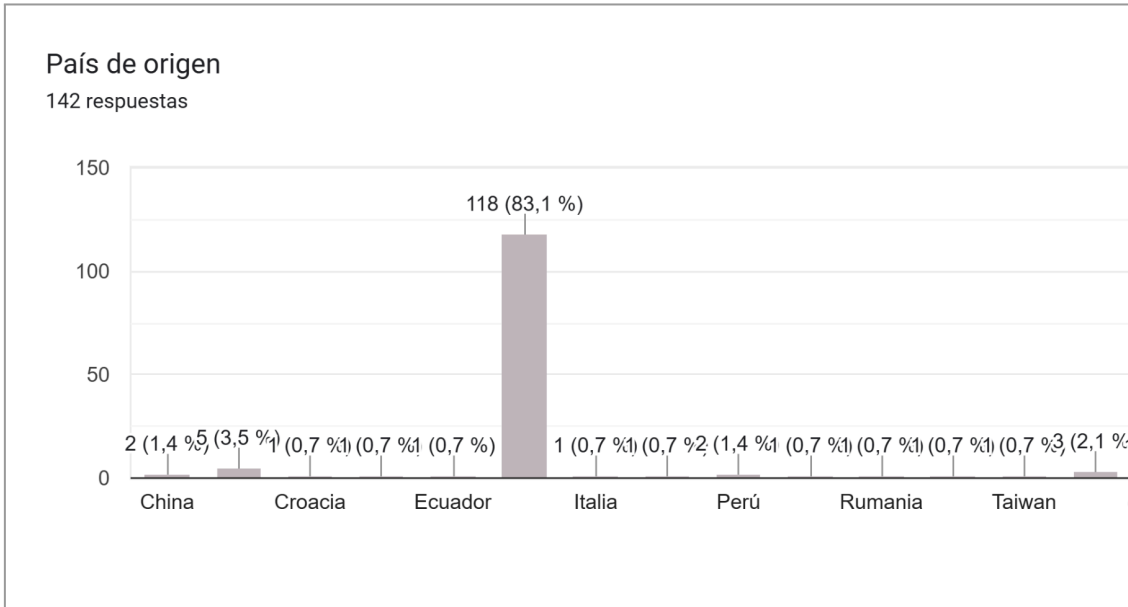


Figura 03 - Gráfico extraído de la encuesta *Redes sociales, intimidad y era postdigital*.

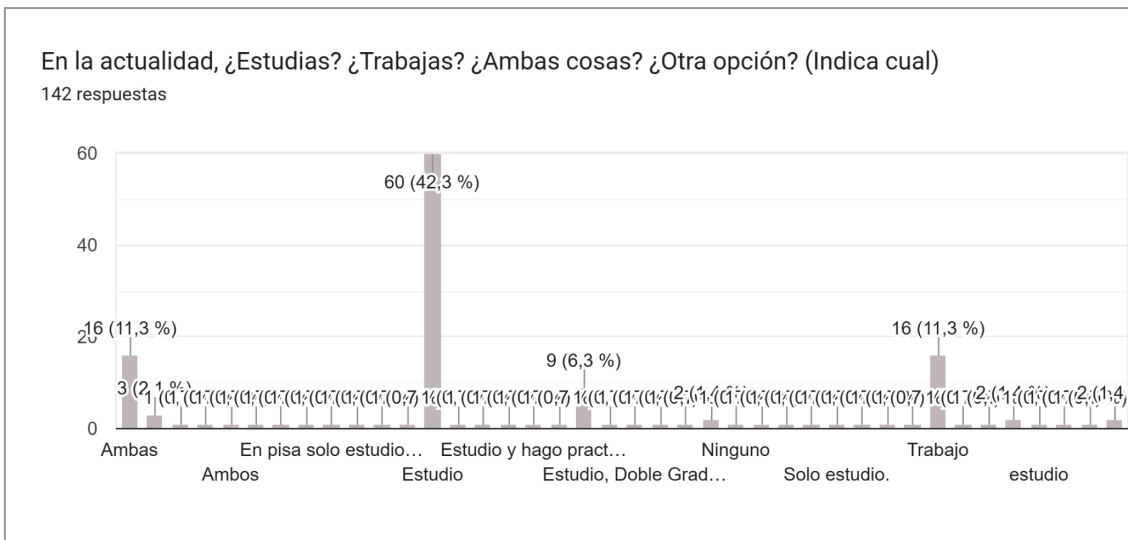


Figura 04 - Gráfico extraído de la encuesta *Redes sociales, intimidad y era postdigital*.

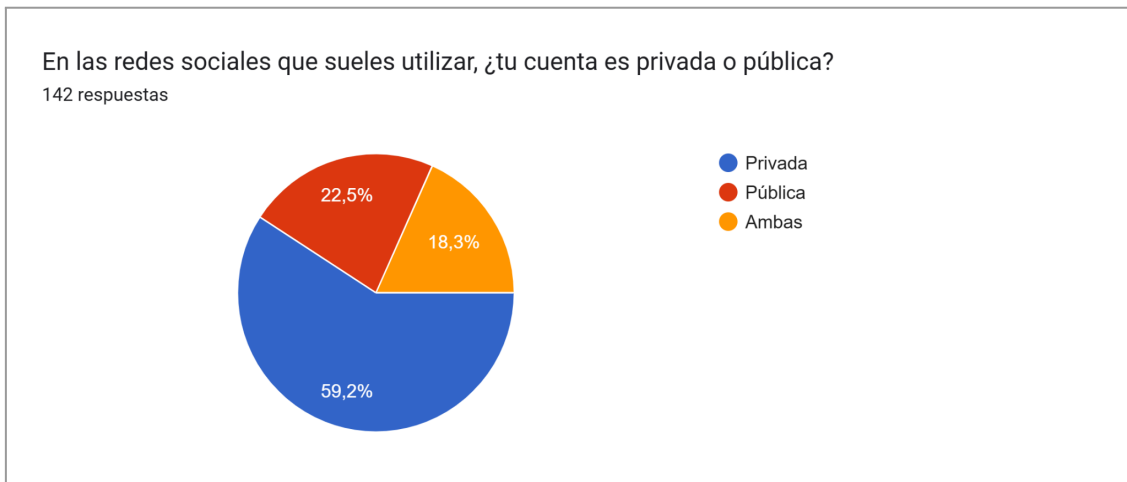


Figura 05 - Gráfico extraído de la encuesta *Redes sociales, intimidad y era postdigital*.

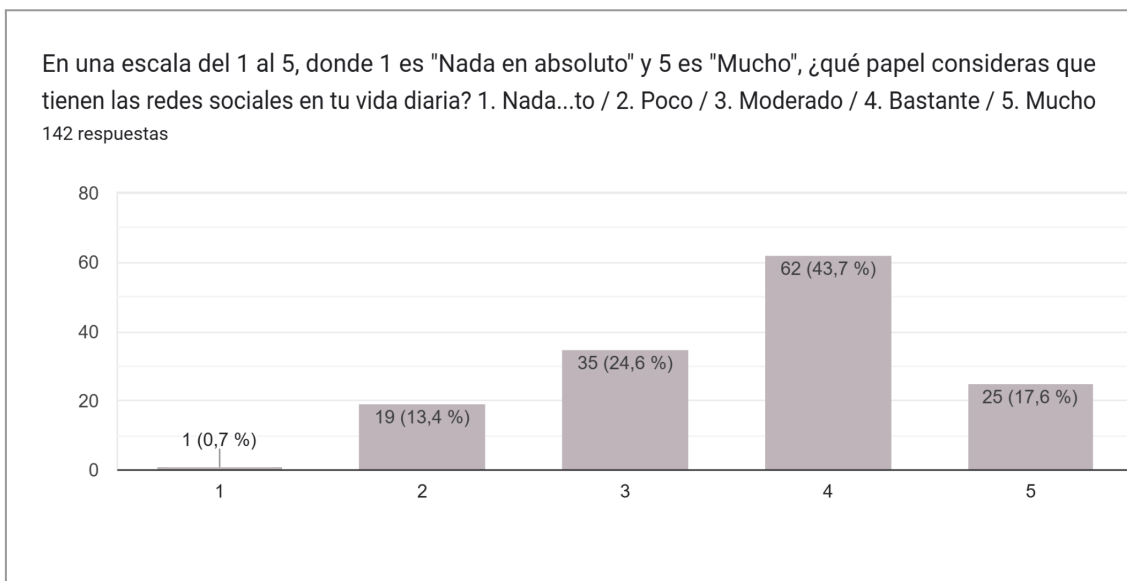


Figura 06 - Gráfico extraído de la encuesta *Redes sociales, intimidad y era postdigital*.

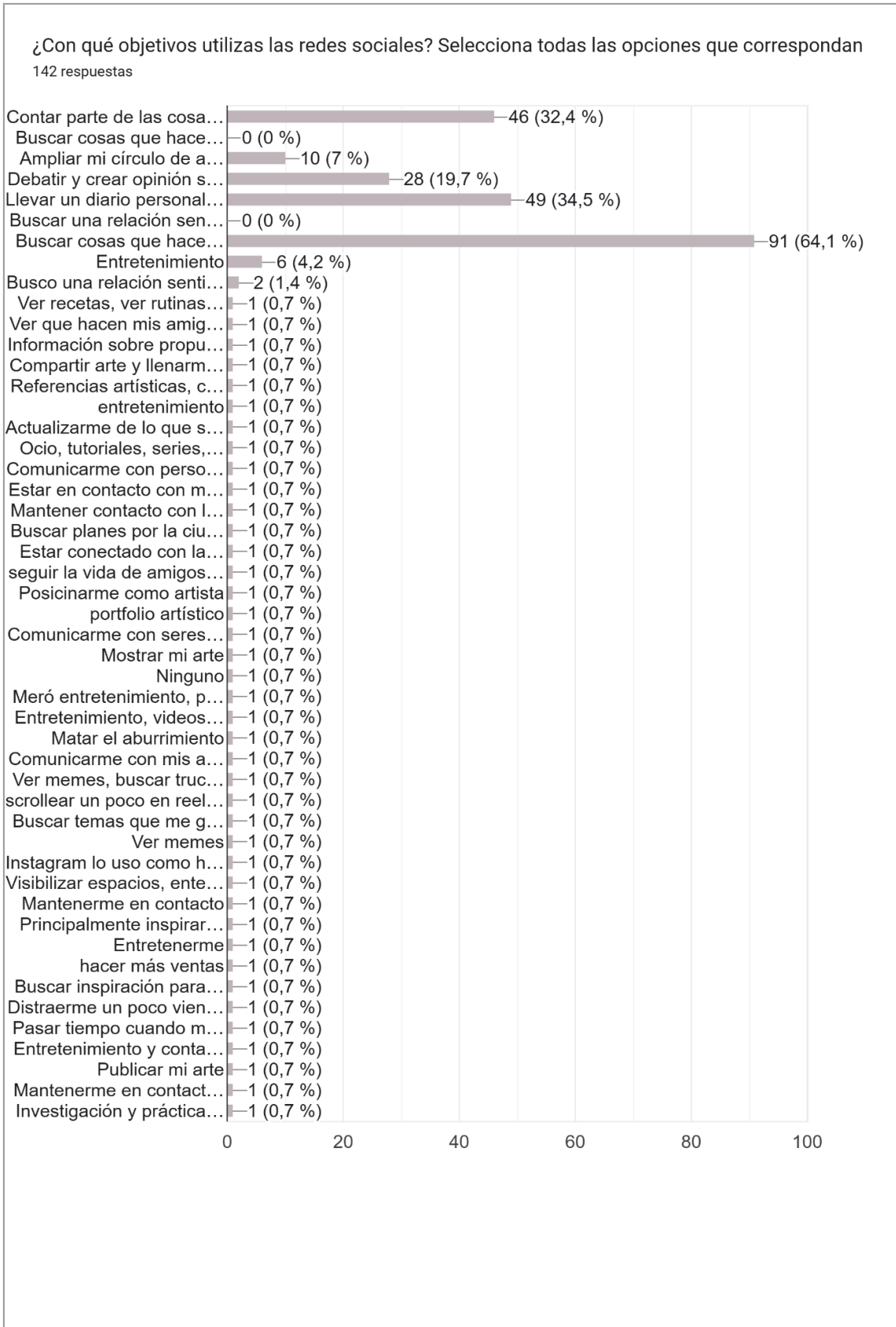


Figura 07 - Gráfico extraído de la encuesta *Redes sociales, intimidad y era postdigital*.

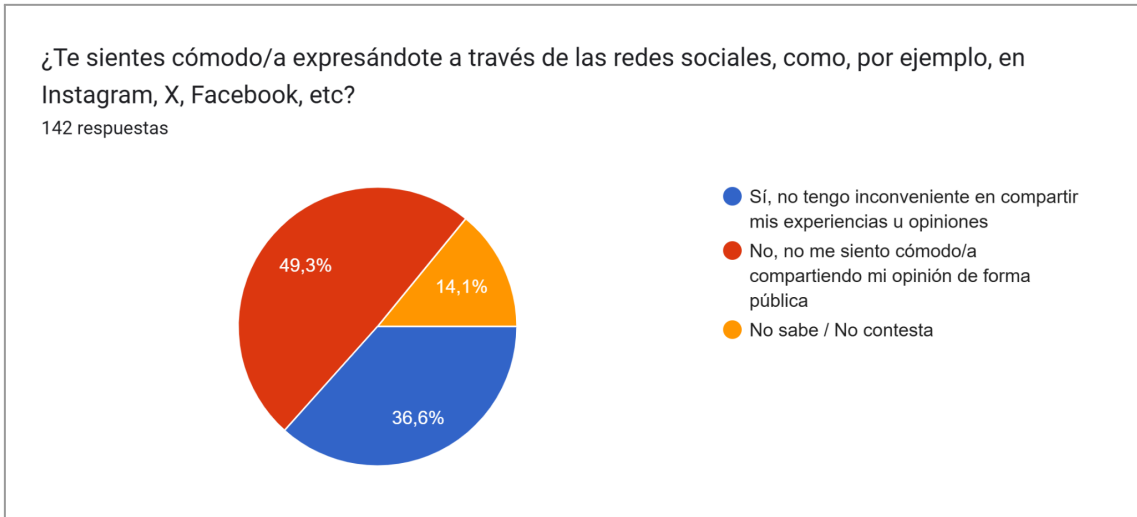


Figura 08 - Gráfico extraído de la encuesta *Redes sociales, intimidad y era postdigital*.

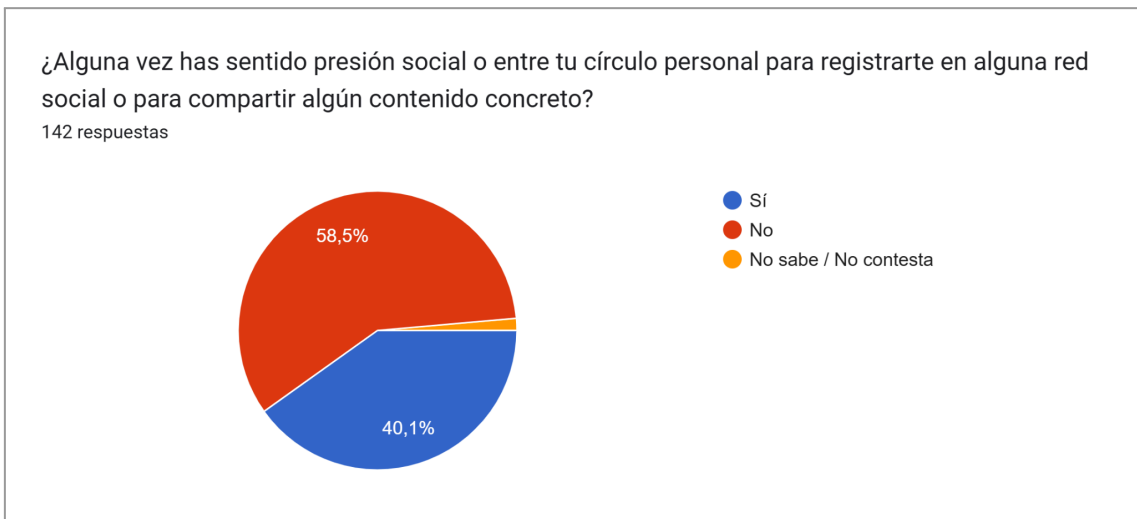


Figura 09 - Gráfico extraído de la encuesta *Redes sociales, intimidad y era postdigital*.

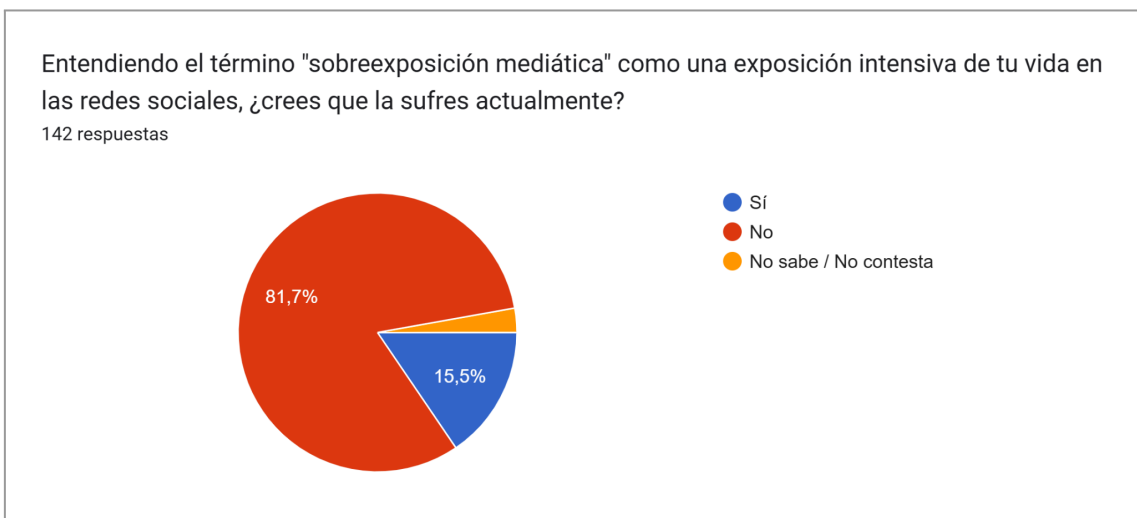


Figura 10 - Gráfico extraído de la encuesta *Redes sociales, intimidad y era postdigital*.

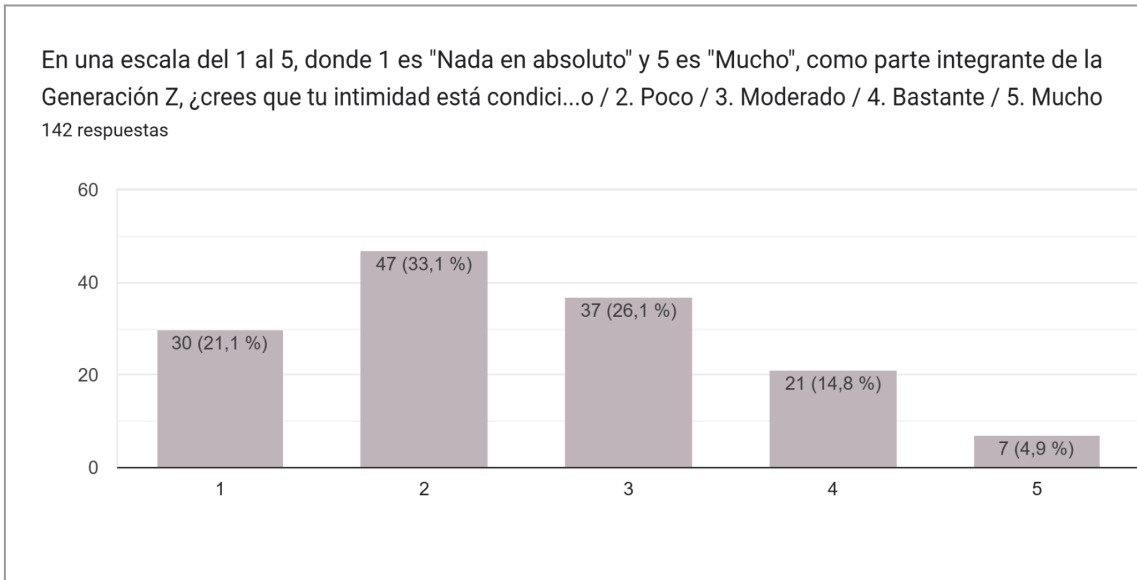


Figura 11 - Gráfico extraído de la encuesta *Redes sociales, intimidad y era postdigital*.

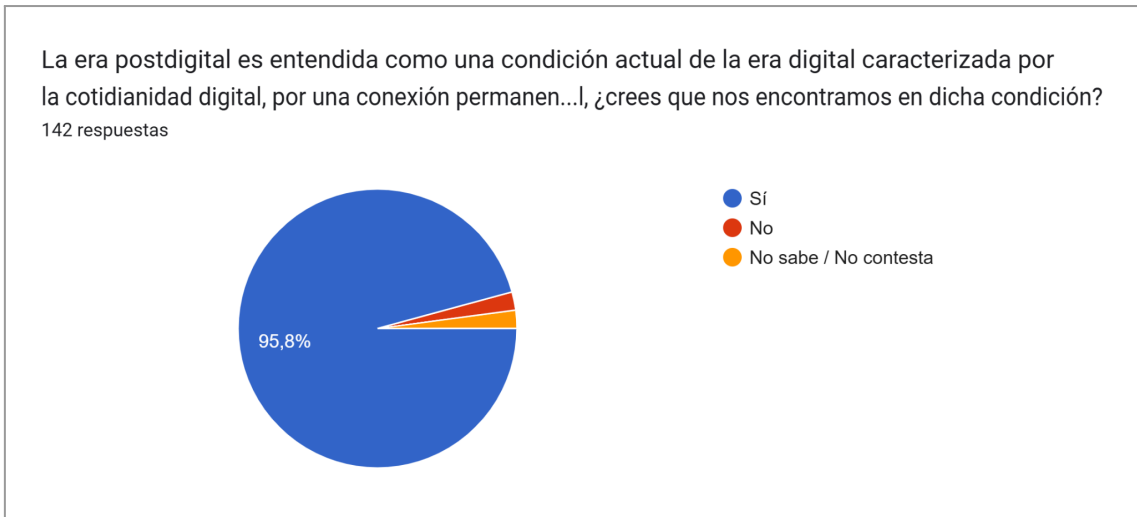


Figura 12 - Gráfico extraído de la encuesta *Redes sociales, intimidad y era postdigital*.

Curriculum Vitae - Celia Pardo de Donlebún Iglesias

Artista y estudiante del Máster Universitario Investigación en Arte y Creación de la Universidad Complutense de Madrid (UCM).

Graduada en el Grado en Bellas Artes y especializada en la mención de Audiovisuales y Fotografía por la Universidad de Salamanca (USAL), 2024.

Su investigación gira en torno al análisis de las consecuencias de la digitalización y la sobreexposición de la intimidad. Bajo esta idea se han desarrollado proyectos como el Trabajo Fin de Grado titulado *Dentro de mi hogar: Estudio de la narratividad fotográfica sobre la intimidad* y el Documental autobiográfico titulado *Se torna en Amarillo* expuesto en la Muestra de Arte Audiovisual de 4º de Grado de Bellas Artes (MAA - BBAA).

SELECCIÓN EXPOSICIONES COLECTIVAS

2024 *Se torna en Amarillo*
Muestra de Arte Audiovisual de 4º de Grado de Bellas Artes (MAA - BBAA)