

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

Grado en Periodismo



**LA SOCIEDAD EN *BLACK MIRROR*:
EL PAPEL DE LA INFORMACIÓN**

Trabajo de Fin de Grado

Autora: Christel Nina Lozano Quiroga

Tutora: Dra. María Lourdes Vinuesa Tejero

Departamento: Sociología Aplicada

Nota: 9

3 de septiembre de 2020

RESUMEN

El presente trabajo estudia el impacto de las tecnologías de la información en la sociedad de *Black Mirror*, una serie de ciencia ficción que explora en un futuro distópico las transformaciones sociales y comunicacionales producidas por el avance de la tecnología. Se analizan cinco capítulos concretos que responden al propósito de conocer cuáles son las nuevas formas de comunicación y descubrir qué papel juega la información en la construcción de las relaciones sociales en la realidad alternativa que nos muestra la serie. Para ello, se ha desarrollado un análisis de contenido y se ha recurrido a la revisión bibliográfica de las ideas propuestas por autores como Manuel Castells, Jean Baudrillard y Gérard Imbert, especialistas en el ámbito de la comunicación y la sociología.

Palabras claves: Black Mirror, tecnología, sociedad, información, medios de comunicación, virtual, realidad.

ABSTRACT

The present work studies the impact of information technologies in the society of *Black Mirror*, a science fiction series that explores in a dystopian future the social and communicational transformations produced by the advancement of technology. Five specific chapters are analyzed that respond to the purpose of knowing what are the new forms of communication and discovering what role information plays in the construction of social relations in the alternative reality that the series shows us. To do this, a content analysis has been developed and a bibliographic review of the ideas proposed by authors such as Manuel Castells, Jean Baudrillard and Gérard Imbert, specialists in the field of communication and sociology, has been used.

Keywords: Black Mirror, technology, society, information, media, virtual, reality.

ÍNDICE

RESUMEN

1. INTRODUCCIÓN

1.1. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
1.2. OBJETIVOS E HIPÓTESIS.....	8
1.2.1. Objeto de estudio.....	8
1.2.2. Objetivos generales y específicos.....	8
1.3. METODOLOGÍA.....	9
1.4. ESTRUCTURACIÓN DEL TRABAJO.....	9

2. BLOQUE I. MARCO CONCEPTUAL

2.1. DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN A LA SOCIEDAD INTERACTIVA.....	11
2.2. LA FICCIÓN TELEVISIVA.....	14
2.2.1. <i>Black Mirror</i> : un simulacro de la realidad.....	14

3. BLOQUE II. LOS NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

3.1. <i>EL HIMNO NACIONAL</i>	16
3.1.1. El poder mediático y la relación con las nuevas audiencias.....	16
3.2. <i>CAÍDA EN PICADO</i>	19
3.2.1. Las interacciones sociales y la comunidad virtual.....	19
3.3. <i>ODIO NACIONAL</i>	21
3.3.1. La violencia en la red.....	21

4. BLOQUE III. LA VIRTUALIZACIÓN DE LA REALIDAD

4.1. <i>15 MILLONES DE MÉRITOS</i>	23
4.1.1. El poder de la imagen y la hiperrealidad mediática.....	23

4.2. <i>OSO BLANCO</i>	26
4.2.1. La espectacularización de la realidad	26
5. CONCLUSIONES	28
6. BIBLIOGRAFÍA	30

1. INTRODUCCIÓN

1.1. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

«Como un adicto, reviso Twitter en el momento en que me despierto. Y a menudo me pregunto: ¿Todo esto es realmente bueno para mí? ¿Para nosotros? Ninguna de estas cosas le ha sido impuesta a la humanidad; las hemos abrazado con alegría. Pero, ¿a dónde conduce todo esto? Si la tecnología es una droga, y se siente como tal, ¿cuáles son, precisamente, los efectos secundarios?»

(Charlie Brooker para la presentación de *Black Mirror*¹)

Las tecnologías de la información han transformado las relaciones entre el Estado, la economía y la sociedad. Desde un aspecto comunicativo, el nuevo sistema se configura como un lenguaje digital de alcance universal gracias a Internet. Las redes informáticas permiten la interacción social ofreciendo nuevas vías de comunicación entre los ciudadanos de la «aldea global» (Castells, 2000: 26-27).

Como consecuencia del orden actual, el proceso de transformación tecnológica ha modificado ya no sólo la comunicación social entre los distintos grupos de una sociedad, sino también todos los ámbitos de la vida misma y al propio individuo.

En este trabajo de investigación se pretende así estudiar cuáles son esos cambios sociales y comunicacionales. Para ello, *Black Mirror* supone el objeto de estudio ideal, dado que esta ficción televisiva se presenta como una «metáfora de la sociedad actual, en la que son exploradas las potenciales transformaciones en la comunicación, sociabilidad y moralidad» (Díaz Gandasegui Correo, 2014: 583). La serie describe la realidad distópica² de una sociedad dominada por la tecnología que, lejos de ser futura, bien podría considerarse actual, puesto que varios de los cambios sociales observados en la misma pueden apreciarse en el presente.

¹ El 1 de diciembre de 2011, el creador de *Black Mirror*, Charlie Brooker, escribió en *The Guardian* sobre el estreno de su nueva serie en la cadena británica Channel 4.

² Según la definición del DRAE, la distopía es la «representación ficticia de una sociedad futura de características negativas causantes de la alienación humana».

De esta manera, la sociedad de *Black Mirror* no resulta lejana, pese a ser una ficción, porque la idea del mundo que sugiere retrata la metamorfosis de nuestro tiempo, la simbiosis entre la red y el yo. En cada episodio de la serie se muestran distintas tecnologías en diferentes fases de desarrollo, así que los cambios a nivel social que se producen varían según el capítulo que se esté analizando. Estas repercusiones a las que se hace referencia tienen que ver, sobre todo, con la formación de la conducta social, la comunicación entre los individuos y la constitución de todo el conjunto de las relaciones y las estructuras sociales (Castells, 2000).

Por ello, Postman advierte del peligro de «asumir que una tecnología es siempre amiga de la cultura» (2001: 165). Aún más en una época en la que el avance tecnológico es tal que es más fácil que la población se distraiga con trivialidades y la vida cultural devenga en una «perpetua ronda de entretenimientos» (2001: 163).

Esta inquietud es precisamente la que se desarrolla en *Black Mirror*. Su creador hace alusión al propio nombre de la serie, *Espejo Negro*, para describir la pantalla «que encontrarás en cada pared, en cada escritorio, en la palma de cada mano: la fría y brillante pantalla de un televisor, un monitor, un smartphone» (Brooker, 2011). La pantalla es el objeto en el que se refleja el sujeto ³, el espejo negro como «metáfora de un mundo que ya no puede reconocerse en lo que debe ser o ha sido, sino en una imagen espectacularizada de sí mismo» (Barraycoa Martínez, 2012: 1).

Black Mirror expone entonces una realidad mediatizada, de la hipercomunicación, la interactividad y la interconexión entre los individuos. Una visión del mundo en la que la imagen es la gran protagonista por la proliferación de las pantallas, el nuevo medio. Las formas de comunicación que se observan en la serie nos hacen reflexionar acerca de la relación que tenemos con la tecnología, además de plantear dónde se sitúan ahora las nuevas fronteras entre el sujeto y la información que se consume.

Por último, conviene aclarar que este estudio no intenta establecer una relación determinista entre la tecnología y la sociedad, pues, como señala Castells, el resultado final de todo proceso va a depender de una interacción compleja entre numerosos factores

³ No obstante, para Baudrillard el sistema de los objetos que había planteado en su primera obra deja de ser vigente, porque el objeto, entendido hasta entonces como espejo del sujeto, ya no es oposición de este (1997: 9). Según el autor, ya no existe diferenciación entre uno y otro.

(2000: 30-32); pero sí destacar que ninguna de las dos podrá comprenderse sin hacer mención la una de la otra.

1.2. OBJETIVOS E HIPÓTESIS

1.2.1. Objeto de estudio

Como se ha mencionado antes, el objeto de estudio de este trabajo es la serie *Black Mirror*.

Creada por Charlie Brooker, la serie se emitió por primera vez en el canal británico Channel 4 en diciembre de 2011. Las dos primeras temporadas están producidas por Zeppotron, que forma parte de Endemol Shine UK, la compañía matriz encargada de su distribución. Sin embargo, la producción de la tercera temporada quedó a cargo de House of Tomorrow, otra subsidiaria de Endemol. A partir de esta temporada, la distribución a nivel mundial se ha realizado mediante Netflix (IMDb).

Para el propósito de esta investigación, se han elegido en particular cinco capítulos que se incluyen en las tres primeras temporadas de la serie: *El himno nacional* y *15 millones de méritos*, ambos de la primera temporada; *Oso blanco*, de la segunda; *Caída en picado* y *Odio nacional*, de la tercera temporada.

En *Black Mirror* los episodios se pueden visionar de manera independiente, puesto que cada historia es autoconclusiva. Si bien es cierto que se pueden encontrar elementos comunes, como determinadas tecnologías que se repiten a lo largo de los capítulos; de igual manera, algunos arcos narrativos se enmarcan en otros, por lo que la historia general del universo de la serie se termina completando con el total de los episodios.

1.2.2. Objetivos generales y específicos

El objetivo general es estudiar las transformaciones social y comunicacional que se producen por convergencia tecnológica en la sociedad informacional de *Black Mirror*.

Al abordar esta cuestión, se adopta la terminología de Castells. De este modo, cuando se habla de «sociedad informacional» se hace referencia a la cualidad que tiene una determinada forma de organización social en la que «la generación, el procesamiento

y la transmisión de la información se convierten en las fuentes fundamentales de la productividad y el poder» (Castells, 1998: 47).

De este objetivo general se deducen los siguientes objetivos específicos:

- Conocer cuáles son las nuevas formas de comunicación en relación con los cambios tecnológicos producidos en la sociedad de *Black Mirror*.
- Estudiar qué papel juega la información recibida a través de los medios de comunicación en la construcción de las relaciones sociales y la cultura.
- Analizar la representación de la realidad en la ficción televisiva.

1.3. METODOLOGÍA

Para llevar a cabo este estudio se han empleado fuentes tanto primarias como secundarias.

En el caso de las fuentes primarias, estas han consistido en la realización de un ejercicio de observación directa. Se han visionado en VOSE los cinco capítulos elegidos como muestra para el análisis de la sociedad descrita en *Black Mirror*.

Como fuentes secundarias, se ha recurrido a la revisión bibliográfica de obras de autores como Manuel Castells, Neil Postman, Jean Baudrillard o Gérard Imbert para establecer el marco conceptual de este trabajo. Las ideas que se extraen de sus investigaciones en los ámbitos de la comunicación y la sociología resultan fundamentales para entender las influencias de las tecnologías de la información en la construcción del individuo y sus relaciones sociales, el propósito de este trabajo.

1.4. ESTRUCTURACIÓN DEL TRABAJO

Para poder alcanzar los objetivos planteados se ha considerado pertinente fijar el siguiente orden de los contenidos aquí expuestos:

En el primer bloque se procederá a establecer el marco conceptual para la contextualización del análisis del objeto de estudio. Puesto que la investigación consiste a la vez en examinar el contenido de un producto audiovisual, se ha creído conveniente

explicar el contexto teórico tanto del contenido como el del propio objeto de estudio, la serie en sí misma. De esta manera, en este bloque pueden encontrarse dos apartados:

- *De la sociedad de la información a la sociedad interactiva* es el epígrafe en el que se expondrá el estado actual de las cuestiones planteadas en el trabajo. Se realizará por lo tanto una retrospectiva de las ideas propuestas principalmente por Manuel Castells y Neil Postman sobre el papel de la información en la sociedad tras el impacto de la tecnología y cómo se han establecido nuevos sistemas de comunicación, desarrollando a su vez otras formas de interacción del individuo con la información que consume.
- *La ficción televisiva* corresponde a la sección en la que se intentará delimitar el contexto teórico en el que se inscribe la representación de la realidad en el medio audiovisual, para lo cual se acudirá a los estudios elaborados por Gérard Imbert sobre el discurso televisivo.

Los siguientes bloques corresponden al análisis de los capítulos elegidos. En *Black Mirror* hay una serie de temas recurrentes que se exponen a lo largo de varios capítulos, pero desde distintos puntos de vista, de modo que se puede realizar una observación completa de una misma problemática cuando se visualizan los capítulos que están relacionados.

En el segundo bloque se han agrupado los capítulos que tienen que ver con los medios de comunicación, la interacción de los individuos a través de las redes sociales y las nuevas dinámicas que se establecen entre los poderes fácticos y la audiencia: *El himno nacional* (2011) de la primera temporada, *Caída en picado* (2016), de la tercera temporada, y *Odio nacional* (2016), también de la tercera temporada.

El tercer bloque está formado por los capítulos en los que el eje argumentativo gira en torno a la virtualidad: en *15 millones de méritos* (2011), de la primera temporada, la realidad ha adquirido una nueva dimensión, lo virtual. En *Oso blanco* (2013), de la segunda temporada, la espectacularización de la realidad plantea esta puerta hacia lo virtual en el sentido en el que se presenta como una simulación de la misma.

Finalmente, después de desarrollar el análisis de los capítulos seleccionados, se expondrán las conclusiones a las que se han llegado y se propondrán una serie de observaciones.

2. BLOQUE I. MARCO CONCEPTUAL

2.1. DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN A LA SOCIEDAD INTERACTIVA

Para la correcta elaboración de este trabajo, es necesario marcar una primera diferenciación de las nociones sociedad de la información y sociedad informacional, empleadas en las interpretaciones posteriores del contenido de los capítulos.

El investigador Manuel Castells (1998) establece una separación analítica de ambos conceptos en tanto que el término «sociedad de la información» y «sociedad informacional» no se usen y alternen indistintamente; pero antes conviene señalar qué se entiende por información.

En el sentido más amplio de la palabra, Castells concibe la «información» como comunicación del conocimiento, esencial para el desarrollo de las sociedades. De este modo, el término «sociedad de la información» no hace sino acentuar la labor que la información realiza en una sociedad (1998: 47).

Por otra parte, como se ha mencionado anteriormente, la «sociedad informacional», indica «el atributo de una forma específica de organización social en la que la generación, el procesamiento y la transmisión de la información se convierten en las fuentes fundamentales de la productividad y el poder, debido a las nuevas condiciones tecnológicas que surgen en este período histórico» (1998: 47).

Precisamente, para el propósito de esta investigación el término sociedad informacional resulta más adecuado para describir la sociedad que se retrata en *Black Mirror*. No obstante, estos conceptos pueden parecer complicados en una primera lectura para quienes no estén familiarizados con la terminología utilizada en el trabajo; de manera que se ha optado por enunciar este epígrafe del siguiente modo: *De la sociedad de la información a la sociedad interactiva*.

Hay que aclarar que el término «sociedad interactiva» que se emplea hace alusión a una de las características de la sociedad informacional que explica Castells: la lógica de interconexión de esta nueva estructura social (Castells, 1998: 47).

Tras esta primera puntualización de los términos, es preciso aclarar cuáles son esas «condiciones tecnológicas» para comprender mejor lo que está sucediendo en la sociedad informacional.

Con la llegada de Internet, la última gran transformación tecnológica, se han incorporado junto a los tradicionales medios de comunicación (el periódico, la radio y la televisión), otros nuevos modos de comunicar a través de una red interactiva, lo que ha supuesto la integración en un único sistema de los discursos escrito, oral y audiovisual. Se ha desarrollado un hipertexto y un metalenguaje en el que el texto, las imágenes y el sonido conforman un nuevo alfabeto que puede ser interpretado desde cualquier punto de la red global, en el tiempo elegido (Castells, 2000: 399). Lo que para Castells «cambia de forma fundamental el carácter de la comunicación, y esta determina decisivamente la cultura» (2000: 399).

Lo mismo ocurrió con la televisión, que hasta ahora se ha mantenido como el medio de comunicación predominante. Su aparición supuso la irrupción de la imagen en «un sistema de comunicaciones dominado en esencia por la mente tipográfica y el orden fonético del alfabeto» (Castells, 2000: 402) ⁴. Esto explica también la celeridad con la que las audiencias abrazaron el nuevo modelo de comunicación. La televisión se convirtió en el «nuevo medio» de entonces «caracterizado por su capacidad de seducción, su simulación sensorial de la realidad y su fácil comunicabilidad a lo largo de las líneas del menor esfuerzo psicológico» (Castells, 1998: 365).

Sobre los peligros de la televisión, el sociólogo Neil Postman advertía de que «el entretenimiento es la supraideología de todo discurso en la televisión. No importa qué representa, ni cuál es el punto de vista, la presunción general es que está allí para nuestro entretenimiento y placer» (2001: 91). Para el autor el problema no es que la televisión sea entretenimiento, sino que ha hecho de este el «formato natural de la representación de toda experiencia» (Postman, 2001: 91).

Es inevitable recordar en este punto lo que Marshall McLuhan (1964) anunció: «el medio es el mensaje». La explicación de Neil Postman de la idea resulta esclarecedora:

«Un mensaje denota una afirmación específica y concreta acerca del mundo; pero las formas de nuestros medios de comunicación, incluyendo los símbolos que hacen

⁴ Manuel Castells adopta la idea de McLuhan (1962) al hablar de lo que supuso la aparición de la televisión.

posible la conversación, no rubrican tales afirmaciones. Son más bien como metáforas ⁵ que [...] imponen sus definiciones específicas de la realidad. Sea que experimentemos el mundo por medio de la lente de la lengua, de la palabra escrita, o de la cámara de televisión, nuestras metáforas de los medios de comunicación nos clasifican el mundo, lo ordenan, lo enmarcan, [...], planteando así los argumentos para explicar cómo es el mundo» (Postman, 2001: 14).

El aforismo de McLuhan (1964), «el medio es el mensaje», adquiere un mayor grado de expresión con la aparición de los nuevos medios de comunicación electrónicos. Como consecuencia de la formación y la difusión de Internet y de otras redes similares, la comunicación a través del ordenador ha configurado un nuevo medio en la arquitectura de la red y la sociedad (Castells, 2000: 422). A diferencia de los medios de comunicación tradicionales, estos «nuevos medios de comunicación» se caracterizan por estar descentralizados y diversificados, debido a la naturaleza misma de su sistema de comunicación, y que en contraste a los anteriores se organizan en torno a las redes informáticas (Castells, 2000: 400).

De acuerdo con Castells el nuevo sistema electrónico de comunicación es el multimedia, que «comenzó a formarse a partir de la fusión de los medios de comunicación de masas globalizados y personalizados y de la comunicación a través del ordenador» (2000: 433). Además de integrar los otros medios, la particularidad que tiene el multimedia es su potencial interactivo (Castells, 2000: 433).

Este viraje hacia un nuevo orden comunicacional implica, como se ha venido reiterando, cambios en el plano de lo social, principalmente porque el multimedia se ha configurado como una herramienta decisiva para la extensión del poder de los gobiernos y las empresas. Las repercusiones de su control ya se observan en cómo las compañías buscan saber con precisión lo que la gente desea conseguir de los medios de comunicación, pero en el proceso termina creándose una cultura «electrónica» en la que el entretenimiento es al final la apuesta más segura para ellas (Castells, 2000: 433-437).

La convergencia de las tecnologías de la información, de los ordenadores y los medios de comunicación de masas, en un mismo sistema de comunicación ha

⁵ Cuando Postman llama a un medio metáfora se refiere a que una técnica como la escritura no es sólo una herramienta más de conversación, sino que tiene la capacidad de transformar la manera de pensar y, en consecuencia, la expresión cultural de una sociedad (2001: 17).

transformado así pues los mensajes. Debido a su naturaleza interactiva en el mundo del multimedia estos terminan integrándose en un modelo cognitivo común durante el proceso de comunicación, «desdibujan sus códigos en él y crean un contexto semántico multifacético» (Castells, 2000: 442).

Se manifiesta entonces «una nueva cultura: *la cultura de la virtualidad real*» (Castells, 2000: 400). «Toda expresión cultural, [...], se reúne en este universo digital, que conecta en un supertexto histórico y gigantesco las manifestaciones pasadas, presentes y futuras de la mente comunicativa. Al hacerlo, construye un nuevo entorno simbólico. Hace de la virtualidad nuestra realidad» (Castells, 2000: 443). Y son precisamente las comunidades virtuales del nuevo entorno las que «ofrecen un nuevo contexto dramático en el que reflexionar sobre la identidad humana en la era de Internet» (Turkle, 1995: 267).

En relación con esto último, conviene señalar que el instrumento mediante el cual se materializa este nuevo entorno simbólico del multimedia no es sino otro que la pantalla. La superficie en la que toda clase de mensajes de «múltiples sistemas mediáticos»⁶ discurren en uno solo, encerrando la *realidad misma*.⁷

2.2. LA FICCIÓN TELEVISIVA

2.2.1. *Black Mirror*: un simulacro de la realidad

Como se ha indicado hasta ahora, los medios de comunicación cumplen una función social. Ahora bien, en este apartado lo que interesa es señalar además la capacidad que poseen como discurso narrativo, en especial la televisión.

Con la producción de relatos la televisión puede elaborar múltiples representaciones de una misma sociedad, de *lo real*, hasta el punto de que en la actualidad ha alcanzado una nueva fase:

Las nuevas formas narrativas que se han ido desarrollando en los últimos años han sumergido a la televisión y la realidad en un proceso de transformación en el que el medio

⁶ Término empleado por Jenkins (2008) en *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*.

⁷ De acuerdo con Baudrillard (1972) y Barthes (1978), «las culturas están hechas de procesos de comunicación, y todas las formas de comunicación [...] se basan en la producción y el consumo de signos. Así pues, no hay separación entre “realidad” y representación simbólica» (Castells, 2000: 443).

de comunicación manipula la realidad hasta deformarla. Formatos como la telerrealidad son un gran ejemplo de cómo la representación desplaza la realidad objetiva desvinculándose de la misma. Estos cambios «se producen en el paso de la *función espectacular*, volcada hacia una puesta en espectáculo de la realidad, [...], de amplificación de la realidad en la representación de los objetos, a la *función especular*, mediante procesos de espectacularización del propio sujeto y del medio mismo» (Imbert, 2008: 15-16). Es por ello por lo que en el discurso televisivo el contenido de los mensajes se pierde entre lo informativo y lo ficcional. Imbert afirma que «todo es objeto de información-espectacularización, [...]. Es la revancha del *suced* sobre el *acontecer*» (2008: 17).

Sobre esto es preciso aclarar que existen distintos estadios, así como tipos de procesos de transformación según se apliquen estrategias de «duplicación» o «distorsión de la realidad»: el primer nivel consiste en el espectáculo; el segundo en la simulación, esto es la «recreación de realidad al modo del reality show»; y el tercero pertenece al del simulacro, la fase en la que «la televisión juega con su propia representación y, mediante la deformación (lo grotesco), la parodia (la duplicación de la realidad), la reflexividad, la televisión se mira a sí misma, se contempla en su propio espejo, pero en un espejo deformado, que cae con facilidad en lo grotesco» (Imbert, 2008: 16).

Ahora bien, cuando se habla de ficción nos referimos sencillamente al género del producto televisivo en el cual se inscribe *Black Mirror*. Pero es en relación con las ideas planteadas por Gérard Imbert, por lo que vengo a inferir que la serie, debido a su carácter televisivo, viene a ser un simulacro de lo real.

3. BLOQUE II. LOS NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

3.1. EL HIMNO NACIONAL

Primer episodio de la primera temporada (2011). La dirección pertenece a Otto Bathurst y el guion está escrito por Charlie Brooker, el creador de la historia de *Black Mirror*.

3.1.1. El poder mediático y la relación con las nuevas audiencias

Un miembro de la familia real británica ha desaparecido. El secuestrador acaba de subir un vídeo a YouTube en el que se muestra a la princesa Susannah atada a una silla. El primer ministro Michael Callow es convocado a una reunión de emergencia por su gabinete. Según las instrucciones que se dan en el vídeo, el primer ministro debe a las cuatro de la tarde de ese día comparecer en directo en la televisión británica, en todas las cadenas, y mantener relaciones sexuales con un cerdo si se quiere salvar a la princesa. Ante lo absurdo de la petición, Michael Callow pide a su gabinete de prensa que eliminen el vídeo de la red y soliciten a las cadenas no difundirlo, pero ya es demasiado tarde. El vídeo es *trending topic* en Twitter. Todo el mundo en las redes sociales está hablando de ello.

En *El himno nacional* se describe cómo los nuevos medios de comunicación han transformado la relación de los ciudadanos con la clase política y el poder mediático en sí. En su papel de espectador, las personas han conseguido influir en la toma de decisiones porque ahora los políticos temen la opinión pública que se forma en la red. «Esto es territorio desconocido, primer ministro. No hay ninguna estrategia a seguir», confiesa uno de los asesores de comunicación de Callow, quien cree que con evitar la difusión del vídeo en los medios de comunicación convencionales nadie lo verá.

Pero las personas que están conectadas a la red ya lo han visto en la pantalla de sus teléfonos móviles, tabletas y ordenadores. Esto es prácticamente toda la población de la sociedad informacional, salvo por algunos rezagados que conviven con las nuevas tecnologías de la información, pero no son dependientes de ellas. Así que la prohibición de no difundir a las cadenas de televisión se convierte en un intento fallido desde el primer instante porque los nuevos medios de comunicación escapan del control institucional. Principalmente por su naturaleza misma, en forma de red, pero no es sino la liberación de las redes informáticas lo que facilitó el acceso global del público y la democratización de

la información, por lo que no conviene olvidar que en cualquier momento pueden imponerse restricciones gubernamentales a la red.

Sin embargo, para quienes vieron el vídeo en las redes sociales este carece de verdad, aunque sea real; porque su virtualidad le hace parecer falso. Cuando el vídeo se emite en las principales cadenas de televisión y se recoge como noticia en los periódicos se convierte recién en oficial porque son estos los medios de comunicación que tienen la autoridad para decidir si lo es o no. Aunque esto puede resultar una contrariedad en principio, ya que con la convergencia tecnológica las nuevas audiencias intervienen en el proceso de transmisión y generación de la información, así que, tal como se muestra en el episodio, la gente se divide entre esos que consideran que el vídeo es falso o aquellos que piensan que se trata de un encubrimiento del Gobierno. En cualquiera de los casos, la televisión es la gran damnificada. Presionada por ambos extremos, las cadenas de televisión no tienen otra alternativa que emitir el vídeo porque, al final, se deben a las audiencias. Un público ciertamente seducido por el nuevo medio de comunicación y con el que la televisión compite en una carrera de fondo a la que ya llega fatigada.

El siguiente fragmento del telediario de la UKN lo ejemplifica:

«Es un día excepcional. El vídeo del secuestro ha sido visto por 10 mil tweets por minuto, más de 18 millones de visitas en YouTube. Más de 18 millones de personas. Los medios sociales están que arde, con más de 10 mil tweets por minuto. Así que, mientras esperamos la respuesta formal de Downing Street, no hay duda sobre cuál es la opinión de la nación» (Otto Bathurst, 2011).

Cuando Damon Brown informa sobre el vídeo, el contenido de la noticia no es sino acerca de lo que está ocurriendo en las redes. La televisión termina de este modo alimentándose de la información generada en los nuevos medios de comunicación. Primero, porque con el medio electrónico las distancias, temporales y de espacio, se han reducido hasta el punto de anularse y producirse el fenómeno de la instantaneidad. Segundo, porque las audiencias pueden interactuar con la información en el nuevo medio. La pasividad de la televisión ya no resulta tan sugestiva.

Por otra parte, al igual que la televisión la clase política no puede eludir la opinión pública. Al principio, el vídeo despertó reacciones contrarias entre las gentes. Un ciudadano declaraba: «No creo que nadie deba aceptar esa humillación bajo ninguna amenaza». Pero otros tantos pensaban: «Será divertidísimo ver eso por la tele». No

obstante, cuando los ciudadanos reciben un segundo vídeo del secuestrador con el supuesto dedo de la princesa Susannah, la opinión pública cambia y dejan de apoyar al primer ministro. «La princesa Susannah es un símbolo para los espectadores. La princesa del puto Facebook, de los ecologistas, el corazón de la nación», le dice la mujer de Callow, quien ha seguido los comentarios en línea y ve cómo las personas están ya imaginándose el acto. Y, en cierto modo, anticipando que ocurra.

Esto bien puede ser fruto del distanciamiento entre la clase política y la sociedad, cada vez más separadas y solamente unidas por un hilo, los medios de comunicación. «Ninguna dialéctica, ni siquiera conflictual, mantiene ya los dos polos en interacción» (Baudrillard, 2000: 95). Los ciudadanos sólo conocen a los políticos que las pantallas les muestran y es por eso por lo que, al participar en el mundo de las apariencias, la clase política está «condenada al parecer a la tarea única de reproducirse en una confusión endogámica de todas las tendencias. [...] La virtualidad, en el sentido en que la voluntad política ya sólo opera en la pantalla mental de las televisiones [...], ha convertido la función y las escenas políticas en vestigios prácticamente inútiles». (Baudrillard, 2000: 95).

De este modo, cuando la clase política busca la atención de los ciudadanos, su mirada en las pantallas, se enfrenta a un proceso de espectacularización porque la naturaleza del propio medio virtual así lo pide. La saturación de imágenes, a cada cual más fascinante, sumen al ciudadano espectador de la pantalla en un estado de irrelevancia e indiferencia frente a lo que ve. Así pues, en *El himno nacional*, la «sociedad real se desinteresa de la clase política sin perderse el espectáculo» (Baudrillard, 2000: 96) porque la indiferencia que presentan la una de la otra las libera de su responsabilidad para consigo mismas.

«No serás solo un político desacreditado, serás una persona odiada. El público, la familia real y el partido insisten en cumplir con lo exigido», le advierte la asesora de prensa a Michael Callow. La sociedad, después de todo, puede elegir a un nuevo primer ministro en cualquier momento, pero no perder a la princesa que los representa. Así que, a Michael Callow y la clase política «sólo le queda la obligación de autosacrificarse y asegurar así el espectáculo necesario para el placer del pueblo» (Baudrillard, 2000: 96).

3.2. CAÍDA EN PICADO

Primer episodio de la tercera temporada (2016) de *Black Mirror*. La dirección pertenece a Joe Wright y el guion a Michael Schur y Rashida Jones. La historia original es de Charlie Brooker.

3.2.1. Las interacciones sociales y la comunidad virtual

Lacie ha de mudarse pronto a una nueva casa, pero el departamento que le gusta está fuera de sus posibilidades. En su mundo las personas pueden ser valoradas en un rango de cinco estrellas por cada interacción social que realicen. El puntaje total de cada individuo determina su accesibilidad a otros recursos: tomarse un café, comprar un modelo mejor de coche o alquilar la vivienda residencial de sus sueños. Cuantas más interacciones sociales tengan, mayor serán las posibilidades de obtener valoraciones altas y convertirse en usuarios *premium*. Así que, para conseguir un puntaje de 4.5 y poder alquilar el piso en *Cala Pelicano*, Lacie decide buscar ayuda profesional: un analista de datos, que le dice que necesita de un *impulso*, esto es, valoraciones de personas «de calidad», porque en su círculo cercano no las hay. Si las impresiona, conseguirá que la puntúen con 5 estrellas, lo que aumentará su puntaje total en un tiempo récord. La oportunidad le llega cuando una compañera de la infancia, Naomi, la invita a su boda como dama de honor. Todos los invitados son personas de calidad con una puntuación superior al 4.7, el impulso que necesita. De este modo, Lacie se prepara un discurso lacrimógeno que pueda despertarles la sensibilidad y emprende el viaje. Pero, de camino al aeropuerto, todo comienza a salir mal. A cada interacción que hace, su puntuación disminuye. Ya sea porque su hermano Ryan no está de acuerdo con lo que hace, o se tropieza con alguien, o porque el taxista lleva esperándola demasiado tiempo. Para cuando llega a la recepción, la azafata de la aerolínea le dice que su vuelo ha sido cancelado y que no hay otro disponible. Ante la nueva situación, Lacie pierde los nervios y comienza a insultarla. Los cuerpos de seguridad llegan y la neutralizan, como medida punitiva le quitan un punto entero hasta el día siguiente. Con su nuevo puntaje, Lacie empieza a entender qué significa tener una valoración por debajo de la media: restricciones de acceso y la prohibición a mejores recursos hasta reducir a la persona al aislamiento social.

De esta manera, *Caída en picado* expone una realidad a la que se han aplicado las características del mundo virtual. La sociedad de ese universo alternativo se transforma en una gran comunidad virtual, donde todos los individuos están obligados a mantenerse conectados porque, cuanto más activos sean socialmente, mejores serán sus condiciones de vida.

Así que, por esta imposición de lo virtual, las personas están constantemente interactuando. Pero sus interacciones han de ser, como se ha mencionado previamente, «de calidad» porque si no, no podrán escalar en el estamento social definido por los rangos de sus valoraciones. De este modo, Lacie se ve forzada a buscar valoraciones de personas de calidad fuera de su entorno más cercano porque, precisamente, las personas de su círculo son de la misma clase social: comparten una media de puntaje similar. Y para ascender, han de recurrir a los usuarios *premium*, con las valoraciones más altas, porque son los únicos que pueden validarla como persona social de éxito si le dan cinco estrellas.

La supervivencia de Lacie depende de cuán popular sean sus interacciones en la comunidad virtual (su realidad). La aceptación social lo es todo en el mundo de las apariencias. Por ello, cuando a Chester, su compañero de trabajo, le empiezan a aislar socialmente, Lacie decide dejar de interactuar con él por imposición de la mayoría. Esto al final se convierte en el mecanismo que hace girar la rueda del sistema social de su mundo: en su afán de conseguir mejores valoraciones, las personas convertidas en usuarios de la red colaboran en su propia clasificación.

Al final del episodio vemos cómo los demás no quieren relacionarse con ella por el mismo motivo que ella dejó de interactuar con Chester: el aislamiento social. La posibilidad de perder el acceso a condiciones de vida más favorables. De este modo, cuando su puntuación llega a cero, Lacie se cansa de mantener las apariencias porque ya es inútil. Así, en la última escena, encerrada en una celda, con sus ojos liberados de la retina virtual, ya no puede clasificar a las personas. Lacie se siente libre al fin de decir lo que verdaderamente piensa.

3.3. ODIO NACIONAL

Sexto episodio de la tercera temporada (2016) de *Black Mirror*. Dirigido por James Hawes, el guion está escrito por Charlie Brooker, creador de la historia de la serie.

3.3.1. La violencia en la red

La inspectora Karin Parke y su nueva compañera de trabajo, Blue Colson, experta en cibercrimen, tienen que resolver el caso de la muerte de Jo Powers. Una periodista que había escrito una columna de opinión en la que acusaba a la activista discapacitada Gwen Marbury de suicidarse para llamar la atención. La controversia de sus palabras provoca que las personas la insulten en las redes sociales e incluso pidan su muerte. Días después, el rapero Tusk muere también tras ser vapuleado en las redes sociales horas antes, igual que Powers. La Agencia Nacional de Crimen envía entonces a Shaun Lin a colaborar en la investigación con Parke y Colson para descubrir lo que está ocurriendo. En sus entrevistas con los *haters* encuentran que en ambos casos los usuarios de la red habían usado en sus comentarios el hashtag #MuerteA con las fotografías de los fallecidos.

En *Odio nacional* la problemática que se plantea es el de la violencia virtual pero que, en este caso, ha traspasado la pantalla y ha tenido consecuencias reales. Durante las interrogaciones a los comentaristas maliciosos, los *haters*, ninguno de ellos admite el delito porque no creen que hayan hecho algo de lo que disculparse. Es más, todos ellos se justifican ante los inspectores, como la profesora que se había encargado de enviar una tarta decorada con blasfemias a Powers: «Hacía uso de mi libertad de expresión». O la persona anónima que defendía el ataque: «¿Por qué no alguien que se lo merezca? En plan, si eres un capullo, mereces que te humillen», cuando en el programa de televisión se debatía si los comentaristas eran culpables o no por participar en el hashtag.

Los usuarios de la red social no encuentran culpabilidad en sus actos porque se trata de una «violencia simulada en el sentido en que, más que de la pasión o del instinto, surge de la pantalla, se halla de algún modo en potencia en la pantalla y en los *media*, que fingen grabarla y difundirla, pero que en realidad la preceden y estimulan» (Baudrillard, 2000: 107).

Las características del nuevo medio de comunicación facilitan por lo tanto la formación de una «violencia simulada», precisamente porque es la pantalla el instrumento

por el cual se materializa el nuevo sistema de comunicación. Los individuos participan en las comunidades virtuales como usuarios anónimos que la pantalla se ha asegurado de proteger. Además, el carácter virtual del medio confunde a los usuarios, que creen que sus actos no están ligados a una responsabilidad real porque se producen en un mundo alternativo, el de la simulación. Pero el escenario que se plantea en *Odio nacional* es el de una «violencia simulada» que se ha desplazado a los espacios físicos y ha tenido consecuencias en la realidad, las muertes de Powers y Tusk.

Irónicamente, esta es la lección moral que Garret Scholes, la persona detrás de los asesinatos pretende enseñar a los haters. Cuando los usuarios utilizaron el hashtag #MuerteA en el comentario que subían a la red social, pasaron a formar parte de su lista de aquellos que merecían conocer las repercusiones de su ensañamiento en la red. Estos eran el objetivo real. Así pues, cuando los inspectores descubren el manifiesto de Scholes en la memoria de los IDA, los insectos drones hallados en los cuerpos de las víctimas, comprenden sus intenciones. Su proclama comenzaba del siguiente modo:

«Gracias a la revolución tecnológica podemos tomarla con quien queramos y desquitarnos sin consecuencias. Sólo cuando reconozcamos el poder que nos da la tecnología y admitamos la responsabilidad de cada uno...» (James Howes, 2016).

De esta manera, *Odio nacional* invita a reflexionar sobre la conducta en la red, donde se produce una ruptura con las pautas sociales establecidas fuera de ella. Por ello que, «cabría suponer que esta presencia penetrante y poderosa de mensajes de sonidos e imágenes tan subliminales produce impactos espectaculares en la conducta social» (Castells, 2000: 405). Entonces, debido a su interacción con el nuevo entorno simbólico las personas desarrollan nuevos valores y actitudes que responden a las características del mundo virtual.

4. BLOQUE III. LA VIRTUALIZACIÓN DE LA REALIDAD

4.1. 15 MILLONES DE MÉRITOS

Segundo episodio de la primera temporada (2011) de *Black Mirror*. La dirección pertenece a Euros Lyn y el guion está escrito por Charlie Brooker y Kanak Huq.

4.1.1. El poder de la imagen y la hiperrealidad mediática

En *15 millones de méritos* se narra la historia de Big Madsen, cuya vida consiste en pedalear para generar la energía eléctrica suficiente que pueda alimentar las pantallas que han invadido el espacio físico de su mundo. Esta actividad es retribuida con méritos, una moneda virtual con la que puede comprar contenido audiovisual y evitar la publicidad obligatoria, una forma de penalizar para que las personas se esfuercen más en la bicicleta. Cuantos más méritos tenga uno, mayor es el acceso a otros recursos. Un día escucha cantar a Abi Khan, su voz es lo más real que ha sentido nunca, así que decide pagarle la audición para un programa de talentos, cuyo ganador podrá llevar una vida distinta a mejor. Con los 15 millones de méritos que había recolectado hasta ahora, Bing le compra la entrada a *Hot Shot*, pero tras la prueba uno de los jueces le sugiere a Abi que, en lugar de cantar, participe en su programa de contenido pornográfico, *Wraith Babes*. Abi acepta y a Bing eso le enfada, lo que provoca que en un ataque de ira rompa el cristal de una de las pantallas de su celda que termina guardando. Después del accidente, se dedica sólo a pedalear para conseguir otros 15 millones de méritos y participar en el concurso. Cuando es la hora de su audición, Bing saca el pedazo de cristal que había guardado y amenaza al jurado con cortarse el cuello si no lo escuchan. En ese momento de desesperación, Bing pronuncia un discurso contra el sistema. La sinceridad de sus palabras hace que uno de los jueces le ofrezca un espacio en sus emisiones. Tras ello, Bing vive en una nueva habitación mucho más grande, decorada con un pingüino y de fondo, unas pantallas que emiten las imágenes de una naturaleza que aparenta ser real.

El mundo que se describe en *15 millones de méritos* se encuentra en una nueva dimensión, el de lo virtual, donde absolutamente todo es engullido por la pantalla. La realidad se transforma en una sucesión de imágenes virtuales, «en el mundo de *hacer creer*, en el que las apariencias no están sólo en la pantalla a través de la cual se comunica la experiencia, sino que se convierten en la experiencia» (Castells, 2000: 444).

Por ello que, en este universo de lo ultraconectado, la violencia que se aplica en los ciudadanos como Bing Madsen es la de la visibilidad forzada, donde todo se muestra hasta el grado en que no hay nada más que ver porque se ha visto todo. Cuando Madsen se gasta sus monedas virtuales en el billete de entrada para Abi Khan, no le quedan suficientes para cambiar de imagen cuando en las pantallas de su celda aparece la publicidad que se les impone. Ciertamente, la pantalla actúa en este punto como instrumento de legitimación de la violencia. De la violencia de la imagen. Una violencia que «adopta la forma de lo virtual, es decir, trabaja para establecer un mundo liberado de cualquier orden natural, ya sea el del cuerpo, el del sexo, el del nacimiento y el de la muerte» (Baudrillard, 2010: 46-47).

Esto se ejemplifica en la publicidad con la que penalizan a aquellos que no han estado «machacándose para contribuir a un presente *más brillante*», tal como se anuncia en el spot televisivo del programa de talentos, *Hot Shot*. Las imágenes obscenas con las que se ejerce la violencia «se cargan de una agresividad ideada para crear un efecto de conmoción» (Lipovetsky y Serroy, 2009: 88), que, en última instancia, sumergen al espectador en un estado de irrelevancia frente a lo que está viendo o que ya ha dejado de ver. Es lo que ocurre con las personas que viven allí inmersas en lo virtual. Pero que, a diferencia de los demás, Bing no ha desertado aún en la búsqueda de algo *real*. Sobre esto puede leerse un fragmento de su discurso:

«Sólo nos gusta la farsa y comprar tonterías. Así nos comunicamos, nos expresamos comprando tonterías. Yo tengo un sueño. Nuestro mayor sueño es un sombrero para mi avatar. Compramos tonterías que ni siquiera existen. Enseñadnos algo real, libre y bello. No podríais. Nos haría pedazos. Estamos adormecidos. Preferiría ahogarme. La capacidad de asombro tiene un límite, por eso lo repartís en pequeñas dosis; y sólo entonces se aumenta, se adorna y se inyecta a través de 10000 filtros preasignados, hasta que sólo es una serie de luces sin sentido» (Euros Lyn, 2011).⁸

Precisamente, la sobreexposición a estas «luces de la información»⁹ es lo que transforma en otra imagen virtual más al sujeto de este mundo, que deja de ser víctima sin saberlo cuando comienza a participar en la *performance* de lo banal, lo vacío. Cuando

⁸ Conviene recordar que los episodios se han visualizado en VOSE, así que este fragmento del discurso de Madsen se corresponde más bien con los subtítulos y no con el doblaje, que puede presentar variaciones en el uso de algunas palabras.

⁹ Término empleado por Baudrillard (2010).

a Bing le ofrecen tener su propio programa, renuncia a encontrar algo más porque «no existe un más allá de la pantalla» (Baudrillard, 2000: 205).

Llegados a este punto, es preciso mencionar la reflexión que Baudrillard realiza acerca de lo virtual y su supremacía. Para él la virtualidad o bien «no es más que una nueva forma de servidumbre voluntaria», como puede interpretarse en el mundo completamente virtualizado de *15 millones de méritos*; o bien «no hay nada de eso y todo aquello es *también* virtual. *La potencia de lo virtual sólo es, precisamente, virtual*» (Baudrillard, 2000: 74-75).

En este episodio se explora por lo tanto el alcance de las posibles repercusiones que puede ocasionar vivir en un mundo donde todos los ámbitos de la vida se han virtualizado porque ya no existen experiencias directas personales del individuo con la realidad, sino que ahora están plenamente mediatizadas y consumidas a través de la pantalla.

4.2. OSO BLANCO

Segundo episodio de la segunda temporada (2013) de *Black Mirror*. La dirección pertenece a Carl Tibbetts y el guion está escrito por Charlie Brooker.

4.2.1. La espectacularización de la realidad

Cuando Victoria se despierta tiene enfrente de ella un televisor, en cuya pantalla aparece un símbolo blanco. Sus muñecas están cubiertas de gasas y hay pastillas tiradas en el suelo. Confundida, abandona la casa en la que se encuentra y decide salir a la calle, donde todos la están esperando con la cámara de sus teléfonos móviles apuntando hacia ella. No entiende por qué las personas la están grabando en lugar de ofrecerle auxilio, pero su desconcierto deja paso al miedo en el momento en que unos individuos enmascarados la persiguen para matarla. Durante la persecución se encuentra con una chica que la ayuda a huir de los cazadores y los *mirones*, convertidos por la señal intermitente de las pantallas. Al llegar a los bosques, los cazadores la atrapan cuando intentan quemar el último repetidor que envía la señal, pero en el forcejeo Victoria logra arrebatársela la escopeta y dispara. Del cañón del arma sale expulsado un puñado de confeti a la vez que el decorado se cae y frente al escenario donde Victoria se encuentra aparecen unos espectadores: los mirones. Todo forma parte de un espectáculo para torturar a Victoria por la muerte de Jemima Sykes, una niña de seis años que su prometido había secuestrado y asesinado mientras ella lo grababa todo con su móvil. Atada a una silla como Prometeo a la roca, Victoria es castigada a sufrir todos los días el crimen que cometió para el disfrute de las audiencias.

Las últimas escenas de *Oso Blanco* confirman el proceso de espectacularización a la que la realidad es sometida para el divertimento del público. A modo de telerrealidad, como en un programa de reality show, la realidad se «ficcionaliza a través de un dispositivo escénico que no es ni “verdadero ni inventado”¹⁰» (Lipovetsky y Serroy, 2009: 230). La pantalla de los teléfonos móviles se convierte en el instrumento que permite a los espectadores participar anónimamente en el juego y situarse entre ambos espacios, lo real y lo ficticio, para al final transformar la realidad.

¹⁰ Daniel Boorstin (1971: 313-315) citado en Lipovetsky y Serroy (2009).

Precisamente, la escenificación concluye con el juicio de Victoria como último acto porque es el momento en el que el público se había sentido indignado con la realidad. Cuando en el telediario se cuenta que el prometido de Victoria, Ian Rannoch, se suicidó en su celda antes de ser castigado, los espectadores desde sus casas deciden centrarse en evitar que su cómplice haga lo mismo. Las gentes de *Oso blanco* se toman la justicia por su mano cuando someten a Victoria a la condena mediática, arrebatándole parte de sus derechos. Obligada a encontrarse en un estado de vigilancia constante por el ojo de la cámara, la exhibición de su intimidad plantea una serie de interrogantes: ¿Dónde están los límites del ver y del mostrar mediático? Porque se produce una «hipervisibilidad tanto de la violencia como del sentimiento» que a través de la pantalla no genera más que fascinación, y es por ello por lo que la espectacularidad se define por los límites de la visibilidad (Imbert, 2008: 29).

Esto plantea aparte otra reflexión de carácter más bien moral porque la sociedad en *Oso blanco*, en su intento de «impartir justicia», termina disfrutando del sufrimiento de Victoria. Es más, acuden al *Parque de Justicia Oso Blanco* para participar en la escenificación de la tortura como si fuera un espectáculo más y no la realidad misma.

Pero, independientemente de este dilema ético, lo que se pone en evidencia es la nueva dinámica en la relación con las audiencias que la tecnología ha permitido. Su participación ha aumentado hasta el punto de intervenir en el discurso televisivo e interactuar con el medio a través de la pantalla. De la misma manera que la televisión construye nuevos modelos de realidad en el imaginario colectivo. Durante el proceso de transformación que media la pantalla, la realidad llega a ser espectacular en cuanto se pone a prueba al sujeto, su resistencia y superación ante la degradación y la humillación de su persona (Imbert, 2008: 33-34). Lo que ocurre en *Oso blanco*.

5. CONCLUSIONES

Tras haber analizado los episodios de la serie de ficción *Black Mirror*, en relación con las ideas elaboradas principalmente por Manuel Castells, Jean Baudrillard y Gérard Imbert en el ámbito de la comunicación, se han extraído las siguientes conclusiones.

La convergencia tecnológica produce una serie de cambios en la sociedad en tanto que afecta en la formación de los sistemas de comunicación que se usan en las relaciones sociales. Estos procesos de transformación social y comunicacional se estudian a pequeña escala, pero difícilmente puede realizarse una investigación en la que la muestra sea una población entera. Así, las potenciales implicaciones de las tecnologías de la información en la sociedad pueden ser mejor exploradas en recursos audiovisuales como *Black Mirror*. Una serie de ciencia ficción que, por su condición de formato televisivo, puede formular representaciones de la realidad distintas. De este modo, la serie presenta una realidad alternativa a la nuestra situada en un futuro en la que el desarrollo tecnológico ha desencadenado repercusiones importantes en la estructura de la sociedad.

En el universo de *Black Mirror* la tecnología está mucho más avanzada y los efectos sociales que se muestran son más bien negativos, precisamente porque la serie pretende poner en escena un futuro apocalíptico que responda al interrogante «¿Qué pasaría si...?». La aparición de la tecnología en la ciencia ficción es muy recurrente porque su influencia puede extenderse a todos los ámbitos de la vida, incluso en el cuerpo y el pensamiento de los individuos como se refleja en la serie.

De esta manera, en función de los objetivos planteados en el trabajo, el análisis del contenido de *Black Mirror* ha conducido a las siguientes deducciones:

Respecto a las nuevas formas de comunicación en relación con los cambios tecnológicos retratados en la serie, encontramos que la sociedad de *Black Mirror* se encuentra situada en un mundo completamente virtualizado. Aunque, si bien es cierto que los grados de virtualidad varían según el episodio que se esté visualizando. Recordemos que en la serie se plantea un mismo universo, pero cada episodio es independiente del que le sigue o del que le ha precedido. Así pues, los nuevos canales de comunicación responden al nuevo sistema de comunicación, el multimedia, que por la formación de su arquitectura en redes ha permitido la integración de todos los códigos visual, textual y

auditivo, configurando el nuevo entorno simbólico en el que se representa la realidad. Y es la pantalla la herramienta tecnológica que permite el proceso de virtualización de la sociedad de *Black Mirror*.

En cuanto a la segunda cuestión, el papel que juega la información recibida a través de los medios de comunicación en la construcción de las relaciones sociales y la cultura, se ha observado que en la sociedad que nos describe la serie el nuevo medio de comunicación desdibuja los límites entre las esferas de lo público y lo privado. El ciudadano que antes era espectador pasivo se convierte en generador de la información al participar en las nuevas redes de comunicación. En la interacción con el nuevo entorno virtual, el individuo deja de seguir las pautas sociales que fuera de la pantalla rigen la sociedad. Su conducta se modifica al final por la ingente cantidad de información que consume: la visibilización constante de imágenes extremas como la violencia o el sexo le sumergen en un estado de indiferencia ante lo que está viendo, asimilando esas conductas. En la sociedad de *Black Mirror* se ha normalizado la sobreexposición al medio y la intrusión del mismo, de manera que ya no puede haber secretos sino pura transparencia.

Luego, acerca de analizar la representación de la realidad en la ficción televisiva, como se comentaba al principio, los discursos audiovisuales son herramientas útiles que invitan a la reflexión y a la comprensión de ciertos procesos a los que se somete la sociedad, y que por su gran escala resultan complejos de entenderse sin su representación en la pantalla. Lo cual implica también algunas repercusiones porque la televisión por sí sola puede construir distintos modelos de realidad que en varias ocasiones puede deformar la concepción de lo que es real o no. De manera que, cuando se observan producciones televisivas como *Black Mirror*, no se puede incurrir en el error de pensar que esa es la realidad que nos espera, por ejemplo.

En definitiva, la conclusión general que se extrae al término de este trabajo es aquella sugerencia que nos lanza Henry Jenkins: «Hemos de enfrentarnos a los protocolos sociales, culturales y políticos que rodean la tecnología y definir el uso de esta» (2008: 214).

6. BIBLIOGRAFÍA

BARRAYCOA MARTÍNEZ, Javier (2012): “El imaginario social del control mediático y tecnológico: la distópica Black Mirror”, en *Actas IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*, (61), pp. 1-24. Disponible en: http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/2012_actas/061_Barraycoa.pdf [Consultado 10-03-2020].

BARTHERS, Roland (1978): Leçon inaugurale de la chaire de sémiologie littéraire du Collège de France, en CASTELLS, Manuel (2000): *La sociedad red*. Madrid, Alianza Editorial, p. 443.

BAUDRILLARD, Jean (1997) *El otro por sí mismo*. Barcelona, Editorial Anagrama.

BAUDRILLARD, Jean (2010) *La agonía del poder*. Madrid, Círculo de Bellas Artes.

BAUDRILLARD, Jean (2000) *Pantalla total*. Barcelona, Editorial Anagrama.

BAUDRILLARD, Jean (1972): “Pour une critique de l'économie politique du signe”, en CASTELLS, Manuel (2000): *La sociedad red*. Madrid, Alianza Editorial, p. 443.

BOORSTIN, Daniel (1971): “L’Image”, en LIPOVETSKY, Gilles y SERROY, Jean (2009): *La pantalla global*. Barcelona, Editorial Anagrama, p.230

BROOKER, Charlie (2011): “Charlie Brooker: the dark side of our gadget addiction”, en *The Guardian*, en <https://www.theguardian.com/technology/2011/dec/01/charlie-brooker-dark-side-gadget-addiction-black-mirror> [fecha de consulta: 3 de agosto de 2020].

Caída en picado (2016) Joe Wright [Vídeo]. Netflix

CASTELLS, Manuel (1998) *La sociedad red*. Madrid, Alianza Editorial

CASTELLS, Manuel (2000) *La sociedad red*. Madrid, Alianza Editorial. Disponible en: https://www.academia.edu/36809034/La_era_de_la_información_economía_sociedad_y_cultura_Volumen_I [05-08-2020].

DÍAZ GANDASEGUI CORREO, Vicente (2014): “*Black Mirror*: el reflejo oscuro de la sociedad de la información”, en *Revista Teknokultura*, 11 (3), pp. 583-606. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4903683> [Consultado 02-03-2020].

El himno nacional (2011) Otto Bathurst [Video]. Reino Unido: Channel 4.

IMBERT, Gérard (2008) *El transformismo televisivo: postelevisión e imaginarios sociales*. Madrid, Ediciones Cátedra.

IMDB: “Black Mirror”, en *IMDb*, en https://www.imdb.com/title/tt2085059/?ref=ttco_co_tt [fecha de consulta: 5 de agosto de 2020].

JENKINS, Henry (2008) *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona, Ediciones Paidós.

LIPOVETSKY, Gilles y SERROY, Jean (2009) *La pantalla global*. Barcelona, Editorial Anagrama.

MCLUHAN, Marshall (1962): “The Gutenberg Galaxy; The Making of Typographic Man”, en CASTELLS, Manuel (2000): *La sociedad red*. Madrid, Alianza Editorial, p. 402.

MCLUHAN, Marshall (1964): “Understanding Media; The Extensions of Man”, en CASTELLS, Manuel (2000): *La sociedad red*. Madrid, Alianza Editorial, p. 402.

Odio nacional (2016) James Hawes [Video]. Netflix

Oso blanco (2013) Carl Tibbetts [Video]. Reino Unido: Channel 4.

POSTMAN, Neil (2001) *Divertirse hasta morir: el discurso público en la era del «show business»*. Barcelona, Ediciones de la Tempestad.

15 millones de méritos (2011) Euros Lyn [Video]. Reino Unido: Channel 4.

TURKLE, Sherry (1995): “Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet”, en CASTELLS, Manuel (2000): *La sociedad red*. Madrid, Alianza Editorial, p. 425.