

## AGRADECIMIENTOS

Un libro que analiza la relación entre marca personal, neoliberalismo y redes sociales digitales bien podría empezar afirmando que las páginas que siguen son únicamente el producto de mis decisiones, de mi esfuerzo y de la pasión que me acompaña desde niño. Podría decir que esa pasión, sumada a una disciplina construida con tesón, es la que forjó en mí una vocación por la reflexión política y social que no me ha abandonado ni en los más oscuros momentos. Confieso haber tenido la tentación de escribir algo así. Pero más allá de la sátira, ese tipo de hipérboles solo contribuirían a invisibilizar la espesa trama de interdependencias que me han traído hasta aquí. Por si prefieren saltarse esta parte, aviso de que no seré breve.

Mirando atrás, podría decirse que este proyecto comenzó en enero de 2014, pocos meses después de terminar mis estudios de licenciatura. Por aquel entonces, tuve la fortuna de organizar el curso «Política y espectáculo» bajo la influencia de Black Mirror, Guy Debord y una actualidad política arrebatada por el marketing electoral. Durante algunos meses, un grupo de valientes y yo nos sumergimos en la lectura de textos de Schumpeter, Tocqueville, Debord, Bernays y Arendt mientras pensábamos en una espectacularización de la política cuyos mayores ejemplos aún estaban por llegar. La irrupción de Podemos en 2014 nos pilló en mitad de aquel curso, brindándonos un caso práctico insuperable. Al margen de lo que significó en su momento, con los años he podido comprobar que aquella experiencia provocó que mi trabajo a partir de entonces se viera atrapado por las lecturas y reflexiones que generosamente construimos en común durante aquellas sesiones. Un

año después decidí hacer mi tesina sobre la dimensión espectacular de la política de partidos, desarrollando un análisis sobre los fundamentos teóricos de Podemos a la luz de su práctica comunicativa y organizativa. El presente libro abarca la segunda dimensión del curso, centrada en cierto modo en analizar la espectacularización de la experiencia individual.

Todo este camino no habría sido posible sin el hambre de teoría que animaron mis profesores en mi etapa de licenciatura. Fernando Vallespín, Mária Martínez-Bascuñán, Víctor Alonso Rocafort, Liborio Hierro o José Luis Colomer son algunas de las personas que despertaron en mí las ganas y la valentía para pensar la actualidad de la mano de la teoría. Sus clases fueron un ancla en medio de la desmotivación que sufrimos los estudiantes cuando llegamos a una universidad que habitualmente no satisface nuestras expectativas, pero que gracias a personas como ellos sigue siendo un lugar al que merece siempre la pena regresar. Después de acabar la carrera, mis compañeros de Ecopolítica me ayudaron a entender la necesidad de combinar pensamiento y acción, y acogieron con entusiasmo el proyecto de aquel curso llamado «Política y espectáculo». Sin personas como Luis, Fidel, Rafa, Ricardo o Marc este viaje probablemente tampoco habría comenzado.

Si los años de la licenciatura plantaron en mí la semilla de la vocación investigadora, mi experiencia en el Máster en Pensamiento Social y Político en la universidad de Sussex permitió que esta germinara. Gracias a una beca de la Fundación Mutua Madrileña pude disfrutar de un año profundamente estimulante que compartí con maravillosos compañeros y profesores. Doy las gracias a Andrew Chitty, David Berry, Ian McDaniel, Gerard Delanty, y en especial, a mi tutor de disertación Darrow Schecter, por sus maravillosas clases. Y mientras pueda, seguiré compartiendo mi viaje académico con personas tan brillantes y cercanas como fueron mis compañeros de curso, entre los cuales destacan Erika, Emil, Neal, Onur, Malcolm, Ploy, Audrey, Akis, David, James, Yannis y Freddie.

Después de un año de reflexión tras el Máster, me encontraba armando una propuesta de tesis sobre el concepto de límite en el pensamiento político ecologista cuando descubrí el trabajo de Remedios Zafra titulado *Ojos y Capital*. Agradezco profundamente la generosidad con la que me recibió en su despacho de Sevilla, acogiendo mi *entusiasmo* y aconsejándome de la mejor manera posible. Finalmente nuestros ca-

## AGRADECIMIENTOS

minos se separaron, pero el fagonazo que supuso en mí su pensamiento me permitió articular intereses y lecturas que hasta entonces habían permanecido dormidos. Sin ella no me habría atrevido a dar el paso definitivo, y su influencia en mi pensamiento aún sigue perdurando.

Si Remedios puso la primera piedra, fueron mis directores de tesis doctoral quienes finalmente tomaron el testigo, brindándome su total confianza y apoyo y animándome a emprender la investigación doctoral que constituye la base de este libro. Son muchas las personas a las que debo agradecer haber llegado hasta aquí, pero ellos son dos de las más importantes. Agradezco profundamente a Máriam invitarme a regresar a la UAM para iniciar mi etapa predoctoral con un proyecto sobre la mercantilización de la identidad en Internet que aún estaba muy inmaduro. Sus estimulantes comentarios me han acompañado durante estos años, recordándome siempre aquella pulsión de actualidad tan característica de la teoría política. Sus consejos también fueron fundamentales a la hora de tomar ciertas decisiones de gran importancia para este texto. De hecho, son en gran medida responsables de que haya acabado tomando la forma de libro. Fernando ha sido igualmente generoso acogiendo con infinita paciencia mi proyecto (además de mi repetida necesidad de contar con su firma digital). Sus críticas han sido siempre pertinentes, certeras y constructivas. Y sus consejos me han evitado muchos caminos sin salida al tiempo que me transmitían seguridad en mí mismo. Junto a mis directores de tesis, no puedo olvidar tampoco lo mucho que he aprendido con mis dos supervisoras de estancia internacional, Alison Hearn y José van Dijck. Su bienvenida en los departamentos de la Western University y la University of Utrecht no pudo ser más calurosa. Con ellas he aprendido todo lo que sé sobre los *Media Studies*. Si bien no está directamente relacionado con mi investigación, quiero agradecer también a Elena García Guitián, a Ángel Rivero y a Cecilia Güemes por sus enseñanzas y su paciencia. Su apoyo como tutores de prácticas docentes me ha servido para aprender mucho sobre una tarea tristemente poco valorada en la universidad actual. Finalmente, extendo también mi agradecimiento al Departamento de Ciencia Política y Relaciones Internacionales que me ha acogido durante estos años. Son muchas personas entre PDI, PAS y PDIF que me han acogido y apoyado, pero nombraré en particular a mis compañeros PDIF: Marisol, Julián, Carlos, José, Tania, Piotr, Carles, Jaime, Lucía e Irene. De corazón, muchas gracias por vuestra ayuda.

Inicié mi investigación predoctoral a tiempo parcial mientras realizaba un trabajo precario, pero gracias a un contrato FPU pude dedicarme por completo al doctorado. Las personas son importantes, pero las instituciones públicas que han financiado esta investigación han sido un apoyo inestimable para que este proyecto haya llegado a su fin. Por mucho que lo repitan los expertos en marca personal, lo cierto es que la precariedad no es ni estimulante ni apasionante, sino más bien una pesada losa que interrumpe y dificulta nuestros proyectos. La financiación que he obtenido de distintas instituciones públicas para mi contrato, para los congresos y para las estancias es un privilegio que me ha dado la tranquilidad y el tiempo libre suficiente como para desarrollar este trabajo con el rigor que me ha sido posible. Gracias a ello he podido conocer gente maravillosa en congresos como Enrique Alonso, Marcos Reguera, Miguel León, Sebastián Escámez, Adán Salinas, Rubén García o Digno Montalván; he participado en grupos increíbles como Panoptikuhn o GEPETO; y he podido colaborar en proyectos de investigación que organizan excelentes investigadores como Cecilia Güemes, Luis Lloredo y Ricardo Cueva. Todas estas oportunidades han sido fuente de experiencias muy valiosas de las que he aprendido mucho más de lo que esperaba.

Durante la etapa doctoral he tenido dos grandes núcleos de apoyo por parte de mis pares que han renovado mi apego por la universidad cuando sus inercias burocráticas o sus exigencias acreditativas lo bloqueaban. Nunca olvidaré mi primera sesión en el Seminario Joven de Teoría Política, un espacio que hay que preservar como sea posible. En un mundo de índices de impacto y certificados, el seminario joven es un oasis donde la autoformación y la amistad coexisten. Ha sido una fortuna compartir este lugar con gente como Pedro, Carlos, Jorge, Miguel, Daniel, Ale, Rubén, Juancho, Miguel, los Rafas y tantos otros. Dani, Irene, Cris, Jedi y César han sido los mejores compañeros que podía tener en el área de teoría política de mi departamento. Con ellos he compartido desahogos, proyectos y muy buenas discusiones, y merecen un lugar especial en estos agradecimientos.

Tras terminar mi investigación doctoral, este texto se benefició ampliamente de los comentarios recibidos por mi tribunal de tesis, compuesto por Luis Enrique Alonso, Paloma de la Nuez y Paolo Cossarini. Agradezco profundamente sus críticas, así como la generosidad de su evaluación. Su trabajo, su paciencia y su calidad humana hicieron de la

## AGRADECIMIENTOS

defensa de tesis un momento que no olvidaré. Gracias a la calificación que recibí, pude además presentar la tesis doctoral al premio Luis Díez del Corral del Centro de Estudios Políticos y Constitucionales. Dentro del CEPC, quisiera agradecer a varias personas por haberme concedido este reconocimiento, que a su vez permitió abrir la posibilidad de publicar el texto como monografía. Entre estas personas están Yolanda Gómez Sánchez, Directora del Centro; Mayte Salvador Crespo, Subdirectora de Estudios e Investigación; y Emilio Pajares Montolío, Subdirector de Publicaciones y Documentación. Mi agradecimiento también se extiende de forma muy especial a Isabel Wences, Eusebio Fernández García y Gonzalo Álvarez Chillida por su benevolente lectura del texto como miembros del jurado del premio.

Fuera de la universidad, son muchos los amigos que han aguantado mis desesperos, mis dudas y mis obtusas respuestas cuando preguntaban por el tema de mi tesis. Gracias a ellos he podido respirar fuera del a menudo extenuante, y en ocasiones solipsista, trabajo universitario. Pero mentiría si no dijera que muchas conversaciones con ellos, todos brillantes, me han ayudado también a llevar a mejor puerto lo que aquí escribo. Me dejaré a alguien porque he postergado escribir los agradecimientos hasta el último momento, pero agradezco especialmente a Sara, Nacho, Lau, Antonio, Guille, Tere, Laura, Saru, Paula, Iván, Yuri, Nico y Noelia por algo tan importante y a menudo tan poco valorado como es una amistad. Mención especial merecen Elena, Ignacio y chús, quienes además de organizar magníficas tertulias en tiempos de confinamiento se han prestado también a echarme una mano corrigiendo el estilo de este trabajo. Es de recibo mencionar que Cris y Bea me han ayudado también con algunas de las figuras que incluyo en el libro. Del mismo modo, Marcos Reguera y mi propio padre han leído y comentado algunas secciones.

La familia no siempre es un lugar nutritivo, pero en mi caso tengo la fortuna de que así lo sea. Son muchos los nombres que podría incluir en estos agradecimientos, por lo que escoger solo unos pocos sería injusto y nombrarlos todos parecería una especie de árbol genealógico. Me permitiré entonces limitarme a dedicar un lugar especial a mis padres y a mi hermana, que son quienes más me han acompañado desde siempre. Convivir con ellos ha contribuido a constituirme como persona, como no podría ser de otra forma, y por ello tienen mi infinito agradecimiento. Whoopi, Lolilla y Lupa llegaron más tarde, pero son

tres compañeras incondicionales a las cuales agradezco su particular indiferencia hacia muchas de las aburridas cosas que tenemos los humanos.

Cierran esta lista dos de las personas con las que comparto de forma más íntima mi vida. Por un lado está Lola, que es quien ha conocido mis mejores y peores momentos durante todo este camino, escuchando mis presentaciones, afinando mis intuiciones e incluso sugiriendo correcciones al estilo de estas líneas. Sería un poco artificial ponerme ahora estupendo y dedicarle unas palabras que incluso ella misma tal vez prefiera modificar en la versión definitiva. La mejor forma de agradecer, como suele ocurrir, quizá sea entonces más un proceso que cualquier conjunto de palabras. Baste entonces mi firme compromiso con ello.

Por otro lado está Lucas, mi hijo, quien ha llegado casi al final de este viaje. Un niño que desde llegó nos ha contagiado a todos con la luz de su sonrisa. Si este proyecto ha cambiado mi vida, no podía esperar lo que iba a cambiarla mi amor por Lucas. Eso sí que es capital humano. ¡Tiqn, tiqn!

## INTRODUCCIÓN

*No quiero volver a dedicarle un solo pensamiento a Instagram y, aun así, siento una profunda tristeza por todo lo que perdería si lo abandonara. Es un trabajo ingrato a media jornada que al mismo tiempo es mi única conexión con los amigos a los que ya no puedo ver a causa de lo ocupada que estoy. Y está tan ligado a lo que hace mi propio yo que temo que sin él no exista un yo. Quizá esto sea una exageración, pero la perspectiva de reaprender quién soy —y quiénes son los demás— me sigue resultando desalentadora. Me digo a mí misma que ya estoy agotada. ¿Dónde podría encontrar la energía para hacer algo tan difícil?*

ANNE HELEN PETERSEN

*No puedo más. Cómo se convirtieron los millenials en la generación quemada*

A pesar de las discusiones que ha supuesto el término neoliberalismo, hoy en día es difícil poner en duda que el último medio siglo se ha visto marcado por la influencia de una serie de prácticas, discursos y políticas públicas que hoy conocemos como neoliberales. Como reacción frente a la victoria keynesiana de posguerra, como solución política ante la estanflación o como discurso legitimador de la globalización financiera, hemos asistido al nacimiento, evolución, desarrollo y ramificación de lo que algunos han venido a llamar una razón política o razón del mundo (Brown, 2015; Dardot y Laval, 2013). Esta racionalidad neoliberal ha sido capaz de alcanzar una hegemonía que difumina sus fronteras con otras ideologías políticas y penetra en los más diversos

campos de la vida y la sociedad, desde las relaciones internacionales hasta la educación, pasando por la criminalidad o las relaciones sociales cotidianas. Como se ha señalado repetidamente, una de las principales causas del éxito del neoliberalismo reside en su capacidad para generar un amplio consenso social en torno a la idea de que el arreglo social más beneficioso es aquel en el que se producen dinámicas de mercado. Hablamos ya, de forma generalizada, de un mercado de la atención, de una oferta educativa, de las demandas de los votantes o incluso del comercio de derechos de emisiones de gases contaminantes. A su vez, si esta colonización de la lógica mercantil ha alcanzado éxito, esto se debe en gran parte a la capacidad del neoliberalismo por generalizar un tipo subjetivo específico que la encarna y practica cotidianamente. En este sentido, la subjetividad neoliberal emerge como un ideal antropológico cuyas conductas implican la asimilación de una racionalidad económica para la gestión de la propia vida.

Gracias a varias décadas de estudios sobre neoliberalismo, conocemos que aquello que tradicionalmente se conocía como ideología implica no solo los discursos explícitamente políticos, sino que se manifiesta también en un conjunto heterogéneo de elementos que influye en nuestra manera de entender el mundo y aprender a desarrollarnos en él (Bröckling *et al.*, 2011; Miller y Rose, 2008). Desde los saberes que organizan determinados sectores como la salud o la educación hasta los discursos sobre emprendimiento que encontramos en la cultura popular, son diversos los ejemplos de cómo el neoliberalismo ha circulado por canales que exceden las categorías del discurso político clásico. De hecho, los propios objetos pueden llegar a influir en cómo nos comportamos, en la medida en que son realidades sociomateriales que pueden articularse de una u otra forma (Lemke, 2015). En este sentido, la extensión del sujeto neoliberal es incomprensible sin la mediación de una serie heterogénea de elementos que condicionan, fomentan e incentivan determinadas conductas específicas. A su vez, la articulación del neoliberalismo con estos elementos implica transformaciones, modulaciones y resignificaciones de algunas de sus características.

Afirmar, por tanto, que el neoliberalismo ha sido capaz de influir en nuestras vidas cotidianas a través de una figura subjetiva específica requiere prestar atención a aspectos que habitualmente no son categorizados de forma inmediata como políticos. Si, como los propios teóricos neoliberales han probado, la vida social cotidiana es también apta para

la extensión de los análisis microeconómicos, entonces resulta pertinente estudiar los medios a través de los cuales nos relacionamos con los otros y con nosotros mismos. Por esta razón, hoy en día resulta particularmente interesante interrogarse sobre si el neoliberalismo influye de algún modo en el nuevo marco que, desde hace unos años, soporta gran parte de nuestras interacciones sociales: las redes sociales digitales. Por otro lado, prestar atención a este tipo de plataformas presenta otra ventaja adicional: las redes sociales digitales constituyen una dimensión del espacio público que ha sido creada recientemente, por lo que es más fácil rastrear sus efectos de mediación y la presencia de metadisursos que justifican el significado de Internet.

Superada la polarización inicial que derivaba de la disputa entre tecnoutópicos y technoescépticos (*vid.* Morozov, 2012; Rendueles, 2016), el momento presente arroja mayores acuerdos sobre las características del espacio público conformado por aquellas redes sociales digitales *mainstream* como son Facebook, Instagram, LinkedIn o Twitter<sup>1</sup>. Así, es posible afirmar que dicho espacio está marcado por la mediación de unos pocos actores que, mediante la personalización de nuestra experiencia digital, producen una hiperfragmentación del mundo común (Fernández Barbudo, 2019a). Esta personalización se asienta a su vez sobre un modelo de negocio compartido por la mayoría de plataformas digitales más populares. Dicho modelo se basa en la captación, procesamiento y explotación económica de la información producida por los usuarios en sus interacciones cotidianas (Srnicsek, 2018; Zuboff, 2020).

Dentro de las diversas problemáticas vinculadas con esta nueva forma de vida social, una de las líneas más fructíferas de los Estudios de Internet ha consistido en explorar cómo afectan los modelos de negocio de las plataformas digitales a la identidad personal y a las interacciones sociales cotidianas. Numerosas investigaciones coinciden en que estas redes sociales digitales promueven determinadas formas de presentación del yo basadas en la construcción y exposición de una imagen orientada al público. Para algunos, estas formas de construir la

---

<sup>1</sup> La red social Twitter cambió su nombre a X en julio de 2023. Dado que este cambio es posterior a los desarrollos analizados en este libro, mantendré el nombre de Twitter a lo largo de todo el texto para facilitar la comprensión, teniendo en cuenta además que el cambio de nombre no ha sido plenamente asumido todavía en el lenguaje cotidiano como forma de hacer referencia a esta plataforma digital.

identidad han permitido la irrupción de nuevos discursos que disputan ideales normativos y enriquecen el debate político, en la medida en que la red ha contribuido a democratizar las condiciones de aparición en el reciente espacio público digital (Chouliaraki, 2010; Iqani y Schroeder, 2016; Murray, 2015; Tiidenberg y Gómez Cruz, 2015). Para otros, la hipervisibilidad que busca el yo en Internet implica también una mercantilización de nuestra propia identidad, esclava de dinámicas de reconocimiento características de sociedades con un exceso de información (Zafra, 2015). Dado el tiempo, dedicación y en ocasiones conciencia de este tipo de comportamientos, hay quien ha planteado que esta búsqueda activa de la mirada ajena implica nuevas formas de trabajo inmaterial o afectivo vinculadas a cómo gestionamos nuestra imagen o nuestras relaciones (Duffy, 2017; Hearn, 2008, 2017; Hearn y Schoenhoff, 2016; Khamis *et al.*, 2017; Marwick, 2013, 2015, 2016). Desde estas perspectivas, las redes sociales digitales no solo cumplirían una función social para los individuos, sino que también contribuirían a las nuevas formas de negocio que se desarrollan en el espacio público digital. Así, por ejemplo, se ha argumentado que la exhibición de uno mismo puede servir como soporte para publicitar marcas y productos (Andrejevic, 2009, 2012; Sibilia, 2008). Incluso hay quien ha afirmado que las redes sociales digitales explotan a los usuarios, en la medida en que obtienen un beneficio económico a partir del contenido no remunerado que miles de personas suben a la red en su vida diaria (Fisher, 2012; Fuchs, 2010; Fuchs y Sandoval, 2014; Terranova, 2004).

Al margen de sus conclusiones específicas, lo que todas estas perspectivas han conseguido es problematizar las lecturas habituales sobre la hipervisibilidad del yo en Internet. Un fenómeno que a menudo ha sido analizado desde diagnósticos que limitan su comprensión: una maldición de la era tecnológica, un narcisismo sin raíces históricas, una expresión más del individualismo, los efectos deterministas de nuevas tecnologías e incluso la debilidad de una generación incapaz de apartarse de las pantallas o de gestionar su intimidad (Bauman, 2007; Senft y Baym, 2015; Sibilia, 2008). En este sentido, sigue siendo necesario que las discusiones sobre la red abandonen miradas superficiales que consideran el espacio web como una dimensión desconectada del resto de la sociedad, estimulando la interrelación entre fenómenos virtuales y los contextos históricos más amplios que las sostienen. Ahora bien, dado que la mayoría de estas investigaciones se han realizado desde el ámbito

de los Estudios de Medios de Comunicación, su tratamiento de determinados procesos políticos no siempre ha alcanzado la profundidad adecuada. Además, muchas de estas investigaciones se realizaron durante los primeros años de las redes sociales digitales, en los que el conocimiento sobre la arquitectura de las plataformas digitales no era tanto como el que hoy poseemos. Este libro pretende llenar ese vacío, atendiendo particularmente a la relación entre las redes sociales digitales y las formas subjetivas neoliberales<sup>2</sup>.

A pesar de lo anteriormente planteado, pudiera aún sugerirse que estudiar la influencia de las redes sociales digitales en la subjetividad neoliberal es una cuestión poco relevante para la teoría política. A primera vista, podría parecer que esta dimensión subjetiva se encuentra mejor atendida por otras disciplinas como la sociología, la psicología, la antropología o la propia filosofía, y por tanto tendría poco interés para aquellos que se interesan por estudiar lo político. En efecto, es aún común en nuestros días limitar lo político a realidades tradicionalmente vinculadas de forma más visible con el ejercicio del poder, como pueden ser nuestras instituciones, la configuración del espacio público, las diferentes formas de acción colectiva o la geografía política de nuestro presente. En relación a Internet, los temas que mayor atención reciben dentro de nuestra disciplina son asuntos como la vigilancia y control de nuestra vida privada, las dificultades para una conversación pública o la disolución de la frontera entre privado y público (Arias Maldonado, 2016; Bauman y Lyon, 2013; Fernández Barbudo, 2019b; Martínez-Bascuñán, 2015; Rendueles, 2016; Vallespín, 2021). No obstante, desde el pensamiento clásico hasta nuestros días, la cuestión del sujeto ha formado parte esencial de las reflexiones sobre lo político. En la mayoría de los textos que conforman la historia de la teoría política podemos encontrar reflexiones sobre la naturaleza del ser humano y su relación con las formas políticas de un tiempo determinado. Desde Sócrates a las teorías de la elección racional, pasando por autores como Machiavelli, Hobbes, Locke, Rousseau o Tocqueville, estas reflexiones han servido como punto de partida para pensar la forma en que los seres humanos gobiernan o son gobernados. Por otro lado, especialmente desde la Ilustración, la teoría política también se ha preocupado por

---

<sup>2</sup> Para versiones preliminares de este trabajo, fundamentalmente en lo que respecta al marco teórico, *vid.* Zamora García, 2018, 2019.

expresar la forma en que diferentes sistemas sociales producen efectos de poder sobre las vidas concretas de los individuos, condicionando sus posibilidades de autonomía y autorrealización. Desde Kant a Honneth pasando por Marx, Weber, Foucault, Butler o Habermas, son múltiples los autores que se han interrogado sobre la forma en que los sistemas sociales condicionan la acción de los individuos, permitiéndoles mayores o menores cotas de autonomía en la dirección de sus propios asuntos.

Por todas estas razones, considero que plantear un estudio sobre la forma en que las redes sociales digitales contribuyen a promover formas de subjetividad neoliberal es una forma de continuar interrogándose sobre aquellas cuestiones que tradicionalmente aborda la teoría política. De todas ellas, la que más se vincula con el tema de este trabajo se expresa en pocas palabras: ¿cómo de libres somos al desear ser mirados por el otro? Una pregunta que, al ser examinada en relación con nuestro objeto de estudio, adquiere una formulación históricamente más específica: ¿influyen las redes sociales digitales en esta lucha cotidiana por adquirir mayor visibilidad? Y si no es así, ¿cómo se explica que millones de personas practiquen diariamente esas formas de autopromoción en la red? ¿Acaso se trata de un deseo innato que siempre estuvo ahí, a la espera de cualquier soporte? ¿O la manera en que estas plataformas articulan el espacio público digital condiciona también esos deseos? En otras palabras, ¿son las redes sociales digitales una *tabula rasa* sobre la que los individuos pueden construir usos infinitos? ¿O más bien el diseño de las redes sociales digitales acomoda determinadas lógicas como para incentivar y penalizar conductas específicas en función de la visibilidad que generan? Finalmente, si afirmáramos que las redes sociales digitales condicionan a los propios individuos en algún sentido: ¿qué mecanismos concretos pueden llegar a incentivar estos usos, y en qué sentido ese incentivo se da de forma inevitable? ¿Qué relación se da entre esos mecanismos y los discursos ideológicos del mundo *offline*? ¿Qué función cumplen las redes sociales en esta constelación, y cómo se relaciona su diseño con la forma en que se gobiernan nuestras sociedades?

Para contribuir a responder a estas preguntas, en este trabajo abordaré la relación del neoliberalismo con el hecho de que multitud de personas decidan presentar su identidad como una marca en el espacio de las redes sociales digitales. Por tanto, en primer lugar, este trabajo es una reflexión sobre el poder y la libertad. Busca interrogar si un con-

junto de tecnologías como las plataformas digitales pueden llegar a influir en el quehacer cotidiano de miles de personas, ejerciendo una forma de poder que tradicionalmente hemos asociado a conceptos como hegemonía, espíritu, discurso o ideología. En segundo lugar, y en estrecha relación con lo anterior, este trabajo indaga sobre la naturaleza del neoliberalismo, en la medida en que plantea su relación con un elemento extradiscursivo como son una serie de tecnologías digitales. Finalmente, esta investigación implicará una cierta contribución a la discusión sobre el carácter políticamente condicionado del espacio público creado por las plataformas digitales, así como sus efectos en las democracias contemporáneas.

Investigar la forma en que los individuos se presentan a sí mismos como marcas o productos en las redes sociales digitales no sería propiamente un trabajo de teoría política si no atendiese también al contexto social y político en el que surgen estas plataformas. Si la forma en que la subjetividad se desarrolla en el mundo digital está efectivamente asociada con palabras como empresa, mercancía o marca, es necesario articular estas preguntas con otros comportamientos similares en el marco de nuestra historia política y social reciente. Por eso, este trabajo parte de la hipótesis de que las respuestas a las preguntas formuladas más arriba dependen en gran medida de comprender una serie de transformaciones sociales y discursivas que se producen a partir de los años 70 en las sociedades euroatlánticas, y que coinciden con la crisis del modelo productivo fordista y el auge de un sistema de ideas y prácticas que hoy en día conocemos como neoliberalismo. En otras palabras, considero que para entender la función que cumplen las redes sociales digitales en la promoción de una identidad mercantilizada es necesario primeramente atender a la aparición de nuevas subjetividades trabajadoras que plantean al individuo como un empresario de sí mismo.

Más específicamente, la tesis que se desarrolla en este trabajo parte de considerar que, con el progresivo debilitamiento de las estructuras de solidaridad social acaecido a lo largo de los últimos cincuenta años en las sociedades euroatlánticas, se desarrolla una transferencia de responsabilidad desde el Estado y las empresas hacia el individuo. En lo que respecta al empleo, pilar de la inserción social, esta transferencia ha sido acogida mediante la exigencia de que el individuo trabaje por producir su propia empleabilidad. En este trabajo argumento que el modelo subjetivo propuesto por el neoliberalismo facilita esta tarea. La idea de

que el yo es una empresa o una marca actúa como una ficción adaptativa conforme a la cual el individuo se hace cargo de promocionarse a sí mismo y trata de destacar entre sus competidores para obtener un trabajo. Así, en un contexto globalizado marcado por un aumento de la precariedad laboral, este individuo encuentra en las figuras de la empresa y la marca unas herramientas poderosas para resaltar su valor como trabajador. Precisamente por operar como mediadores en una economía de la atención, las redes sociales digitales ofrecen la posibilidad de un acceso inmediato y gratuito a un recurso clave para dicho trabajo de autopromoción: la visibilidad. A su vez, la forma específica en que estas redes digitales sostienen y posibilitan el desarrollo de las marcas personales produce una serie de modulaciones en aquello que denominamos subjetividad neoliberal.

Para desarrollar mi argumento, dividiré este libro en cuatro capítulos. En el primero expondré el marco teórico y la metodología que emplearé a lo largo de la investigación, basados en la gubernamentalidad foucaultiana, la teoría del Actor-Red y la teoría de las *affordances*. Mediante estas herramientas teóricas sugeriré cuatro significados para la palabra neoliberalismo que me ayudarán a articular mis principales argumentos. Propondré en primer lugar comprender el neoliberalismo como una *doctrina* elaborada por un *colectivo de pensamiento*. Cuando esta doctrina consigue la hegemonía suficiente como para implantarse en una sociedad específica y engarzarse con sus instituciones y formas culturales, plantearé que el neoliberalismo pasa a constituir un régimen de *gubernamentalidad* específico. En dicho régimen de gubernamentalidad, el poder funciona a través de la constitución de distintos ambientes que promueven en los individuos conductas y patrones identitarios adaptativos. Finalmente, utilizaré la palabra *racionalidad* como un mecanismo heurístico con el que analizar las relaciones normativas entre la doctrina y el régimen de gubernamentalidad neoliberal.

Estos cuatro significados del término neoliberalismo serán desarrollados en los capítulos posteriores. En el segundo capítulo, me serviré de la historia intelectual para analizar la doctrina neoliberal y reconstruir lo que podemos denominar una teoría neoliberal del sujeto. Partiendo de los orígenes doctrinales del neoliberalismo, definiré los rasgos esenciales de esta corriente de pensamiento político para después localizar mi análisis posterior en el sector más importante del neoliberalismo estadounidense, comúnmente conocido como Escuela de Chicago. Tras

exponer algunos de sus rasgos distintivos, me centraré en la forma en que la Escuela de Chicago concibe una forma de intervención política basada en el uso de un saber experto: la economía. Finalmente, analizaré el modelo subjetivo del neoliberalismo de Chicago a partir de las teorías del capital humano y el enfoque económico de la conducta humana.

En un tercer capítulo, utilizaré el caso de los Estados Unidos para explicar cómo el modelo subjetivo del neoliberalismo se encarna históricamente en una forma de gubernamentalidad específica que presenta al yo como una marca. Para ello, me basaré en los hallazgos de la sociología para analizar cómo las ideas de la primera generación de autores neoliberales facilitaron la financiarización de la economía estadounidense desde finales de los años 70. Explicaré después cómo una segunda generación de autores neoliberales se encargó de teorizar una concepción de la empresa que se adecuara al nuevo escenario resultante. Concluiré esta parte exponiendo las consecuencias de estos cambios en el mundo empresarial, haciendo especial hincapié en cómo afectó al mundo del trabajo. En la segunda parte de este capítulo, explicaré cómo el discurso de la marca personal emerge como una respuesta a la precarización de la vida que se adapta al marco ideológico articulado por el neoliberalismo. A través del análisis de cinco libros de este género, expondré cómo el discurso de la marca personal surge a comienzos del siglo XXI proponiendo una forma de subjetividad característica de la gubernamentalidad neoliberal. Finalizaré este capítulo atendiendo a cómo este discurso considera que las redes sociales digitales son una herramienta esencial para desarrollar una marca personal exitosa.

En el último capítulo, me serviré de los *Media Studies* para explicar la función que cumplen las plataformas digitales en la gubernamentalidad neoliberal. Dedicaré las primeras secciones de este capítulo a reconstruir una breve historia sociotécnica de Internet centrada en los Estados Unidos que nos permita comprender el surgimiento de las redes sociales digitales en el contexto de la burbuja de las puntocom. Después, analizaré cómo el discurso de la web 2.0 sirvió para legitimar el surgimiento de diferentes tecnologías digitales recuperando el espíritu utópico del ciberlibertarianismo. Posteriormente, explicaré cómo las redes sociales digitales condicionan la acción de sus usuarios a partir de un análisis del modelo de negocio y la arquitectura tecnológica de cuatro plataformas: Facebook, LinkedIn, Instagram y Twitter. Cerraré este

capítulo explicando cuál es la relación específica entre plataformas digitales y gubernamentalidad neoliberal y de qué modo transforman la subjetividad neoliberal.

En tiempos en que la interdisciplinariedad es una palabra de moda no tan sencilla de llevar a la práctica en el marco institucional de la universidad española, creo importante avanzar dos ideas sobre el encaje disciplinar de este libro antes de concluir esta introducción. Como se desprende de estas líneas, es evidente que son numerosas las disciplinas que pueden tener algo que decir sobre la intersección entre subjetividad, neoliberalismo y redes sociales digitales. Habría, por tanto, múltiples enfoques y metodologías posibles para abordar las preguntas o temas que se han abierto en las líneas anteriores. Buena parte de esos trabajos podrían ser complementarios con este, por lo que un escenario ideal implicaría la posibilidad de integrar esta investigación con otras que la complementen. No obstante, es importante destacar que este trabajo no busca analizar los efectos psicológicos que tiene el uso de las redes sociales en los individuos ni las estrategias que elaboran estos individuos para gestionar su marca personal en las redes sociales. En este libro se asume como contexto de análisis la relación entre las redes sociales digitales y determinadas formas subjetivas, pero con el objetivo de estudiar teóricamente cómo un conjunto específico de tecnologías puede contribuir a ejercer determinadas formas de poder. No utilizo, por tanto, la perspectiva de la antropología, la sociología o la psicología social, por mucho que me apoye en fuentes bibliográficas de estas disciplinas para algunas de mis afirmaciones. Esta investigación no es tampoco un estudio sobre las posibilidades prácticas de las diferentes redes sociales digitales, ni atiende de forma exhaustiva a cómo el diseño de plataformas específicas permite o inhibe una multiplicidad de usos diversos. De nuevo, aunque se construye con aportes de disciplinas como los *Science and Technology Studies* (STS) o los *Media Studies*, es la reflexión teórico-política sobre una infraestructura tecnológica lo que vertebra estas líneas.

Complementando lo anterior, sí que es importante afirmar que lo que he querido abordar es una exploración sobre una forma de poder específica situada en un contexto social y cultural determinado. Por ello, y como se ha sugerido a lo largo de esta introducción, reitero la idea de que la teoría social y la teoría política no pueden separarse. La teoría política, entendida en un sentido amplio como una reflexión teórica sobre lo político, es una disciplina que reflexiona acerca de las estruc-

## INTRODUCCIÓN

turas de poder y la actividad política de un tiempo y espacio determinados. En consecuencia, la teoría política es siempre posibilitada, sostenida y enmarcada por el estudio de sociedades concretas. Inevitablemente, esta perspectiva situada conduce a calibrar el alcance epistemológico de toda reflexión teórica sobre la política. A este respecto, lo que a continuación se desarrolla no es una excepción. Como quehacer teórico, este trabajo queda limitado por las coordenadas teóricas y materiales que lo enmarcan, así como por los sesgos de observación derivados de mi propia experiencia.



## Capítulo 1

# UNA CAJA DE HERRAMIENTAS PARA ESTUDIAR LA RELACIÓN ENTRE SUBJETIVIDAD NEOLIBERAL Y REDES SOCIALES DIGITALES

*La autoridad más absoluta es aquella que penetra hasta el interior del hombre y no se ejerce menos sobre la voluntad que sobre las acciones. Ciertamente que, a la larga, los pueblos son como los hacen los gobiernos. Sus miembros pueden ser guerreros, ciudadanos u hombres cuando el gobierno lo quiera; o bien, populacho y canalla cuando le plazca, y todo príncipe que desprecie a sus súbditos se deshonra a sí mismo al mostrar que no ha sido capaz de hacerlos estimables.*

J. J. ROUSSEAU  
*Discurso sobre la economía política*

En este primer capítulo expongo los materiales teóricos que, a modo de caja de herramientas, sirven para construir el argumento que desarrollo a lo largo del libro. En la primera parte del capítulo repaso los términos y perspectivas más importantes que serán utilizados durante el resto de la investigación. Defino nociones como redes sociales digitales, subjetividad, identidad y neoliberalismo, y propongo una noción de poder que resulte operativa para el argumento que quiero desarrollar. A partir de estas definiciones, presento después una metodología que

me permita abordar el principal reto de esta investigación: considerar la relación entre redes sociales digitales y neoliberalismo en un sentido que evite tanto el determinismo tecnológico como el social. Para enfrentar esta dificultad, recurro al paradigma de la gubernamentalidad, a la teoría del Actor-Red, y a la teoría de las *affordances*.

### 1.1. Plataformas y redes sociales digitales: definición de los términos empleados

Hoy en día, el uso de tecnologías digitales como Facebook, Twitter, Instagram o LinkedIn forma parte de nuestras vidas cotidianas. Como recoge el estudio *Digital 2020*, elaborado por la plataforma de gestión de redes sociales Hootsuite y la agencia de marketing<sup>3</sup> We are social (2020), solo en los últimos cinco años su uso ha crecido un 20% a nivel global. En España, esto se refleja en que 29 de millones de usuarios utilizan habitualmente este tipo de tecnologías, un 62% de la población. En Estados Unidos, país analizado en este libro, el porcentaje de la población que usa las redes sociales digitales asciende al 70%, cifra que corresponde a 230 millones de usuarios. Además, un 35% de los ciudadanos españoles y un 27% de ciudadanos estadounidenses declara usarlas por trabajo. Pero, ¿son todas estas tecnologías similares en sus características? ¿A qué nos referimos cuando hablamos de nombres como Youtube, Facebook, Twitter o Instagram? ¿Redes sociales digitales, plataformas digitales, medios sociales, web 2.0? Desde que estas herramientas comenzaron a popularizarse, numerosos términos han recorrido la academia como forma de referirse a ellas. ¿Cuál es el significado de estos conceptos, a qué realidades dan nombre? Y, sobre todo, ¿qué términos son los que se emplearán en este trabajo?

De entre todas las expresiones referidas anteriormente, una de las que antes comenzaron a emplearse con frecuencia fue la de web 2.0.

---

<sup>3</sup> La RAE aún sigue recomendado que anglicismos como marketing sean escritos en cursiva. En general, es una regla que mantendré en este trabajo con palabras como *celebrities*, *streaming* o *engagement*. No obstante, hay dos excepciones en las que no seguiré esta regla: *marketing* y *personal branding*. Usaré estos dos términos con mucha frecuencia, así que prefiero escribirlos en redonda para facilitar la lectura del texto. Además, en el caso del *personal branding* castellanizaré la expresión, hablando de branding personal.

Esta idea fue popularizada gracias al editor y emprendedor Tim O'Reilly, quien la difundió a través de una serie de conferencias bajo ese nombre que fueron celebradas en San Francisco de 2004 a 2011. Según afirmó en un artículo que publicó en 2005, el concepto de web 2.0 surgió como una forma de entender que Internet había evolucionado de un repositorio estático, cerrado y unidireccional hacia un nuevo modelo basado en la idea de *plataforma*. Esta web 2.0 reunía una serie de principios y prácticas presentes en diferentes aplicaciones virtuales, tales como Google, Wikipedia, Flickr, del.icio.us, Bit Torrent, Akami o los blogs. Todas estas tecnologías habían sobrevivido al colapso que supuso la burbuja de las puntocom en 2001<sup>4</sup>, y encarnaban ciertas características significativas. Así, O'Reilly destacaba principios como la inteligencia colectiva, la descentralización, la transparencia o la colaboración como claves de este nuevo modelo. Para él, la fuerza de la web 2.0 residía en el poder de un mayor número de actores pequeños y descentralizados que mostraban otra manera de entender Internet. Siguiendo su ejemplo, O'Reilly recomendaba a los diseñadores que priorizaran interfaces adaptables a diversos contextos y sensibles al uso de los usuarios. La arquitectura de estos servicios tenía que estimular la participación, la viralidad y, en general, poner énfasis en el contenido generado por los propios usuarios (O'Reilly y Battelle, 2005).

Es cierto que el uso del término web 2.0 coincide con una época en la que se produce una mayor interacción entre usuarios, de modo que las prácticas de coproducción en la red dejan de restringirse a ciertas comunidades más o menos minoritarias y alcanza al público general (Song, 2010). Sin embargo, en realidad el término web 2.0 no hace referencia a ninguna revolución en términos tecnológicos ni de principios. Los ideales democratizadores asociados a Internet forman parte de su historia desde los primeros inicios (Turner, 2006). Por otro lado, gran parte de las tecnologías asociadas a la web 2.0 ya estaban presentes previamente, como es el caso de los blogs, el *life-streaming*, las *wikis*, o los *Social Networking Sites* (SNS, por sus siglas en inglés) (Allen, 2012, p. 262; Marwick, 2013, pp. 63-64). En este sentido, el término web 2.0 es menos una realidad técnica que un uso retórico y estratégico de un lenguaje como es el de las versiones (2.0 frente a 1.0). Desde este punto de vista, parece claro que la idea de una web 2.0 fue utilizada por acto-

---

<sup>4</sup> Profundizaremos en los detalles de esta burbuja financiera en el Capítulo 4.

res como O'Reilly a modo de estrategia comercial con la que mostrar un movimiento simultáneo de continuidad y renacer de la escena tecnológica tras el estallido de la burbuja de 2001 (Allen, 2012). Tal vez por eso, el término web 2.0 perdió popularidad conforme avanzaba la década de 2010. Sin embargo, uno de los términos empleados por O'Reilly sí ha tenido un uso continuado en el ámbito académico: la plataforma.

Según el *Diccionario de la lengua española*, en el campo de la informática una plataforma es un «entorno informático determinado que utiliza sistemas compatibles entre sí» (Real Academia Española [RAE], 2014). Por tanto, el término plataforma se refiere a una suerte de intermediario que facilita la cohabitación de diversos tipos de usos. Para Tarleton Gillespie (2010), el significado que adquiere el término plataforma en el entorno digital es coherente con los usos anteriores que ha recibido la palabra en otros campos como el de la política<sup>5</sup>. La plataforma es siempre una base o espacio de encuentro que sirve de unión para elementos diversos. Una idea confirmada por Nick Srnicek cuando, refiriéndose a las plataformas digitales, las define como «infraestructuras digitales que permiten la interacción de uno o más grupos» (2018). En este caso, la pluralidad de elementos se reflejaría en que entidades como Facebook o Twitter son al mismo tiempo páginas webs, servicios, compañías, foros de encuentro y comunidades. Con frecuencia se ha señalado que esta cohabitación entre distintos tipos de usos se materializa en una de las características técnicas esenciales de las plataformas: su *programabilidad*. Tal es la importancia de esta cualidad que el célebre desarrollador de software Marc Andreessen la considera el elemento estructural de toda plataforma digital:

«[...] una plataforma es un sistema que puede ser programado y, por tanto, personalizado por desarrolladores externos —los usuarios— para así adaptarlo a las infinitas necesidades y nichos que los desarrolladores originales de la plataforma no pudieron contemplar

---

<sup>5</sup> En su artículo, Gillespie se refiere a cuatro grandes categorías semánticas que emanan de las quince acepciones registradas para la palabra *plataforma* en el *Oxford English Dictionary*. Su reflexión es fácilmente transportable al castellano a partir de las trece acepciones y las cuatro formas complejas registradas para esta palabra en el *Diccionario de la lengua española* (RAE, 2014).

ni tuvieron tiempo para acomodar [...] Si puedes programarla, es una plataforma. Si no, no lo es» (Andressen, 2007).

Como señala Anne Helmond (2015), la principal manera con la que las plataformas digitales han permitido esta intervención exterior es a través de las *Interfaces de Programación de Aplicaciones* (API, por sus siglas en inglés). Son estas APIs las que permiten que aplicaciones externas, como Facebook Messenger, puedan llegar a articularse con los usos originales que ofrecía Facebook. Al tiempo, estas APIs facilitan la transmisión de la información recogida en forma de datos a terceras partes. Por esta razón, una de las características más importantes de las plataformas digitales es que poseen estructuras flexibles que permiten cambios en el tiempo (Langlois y Elmer, 2013). De acuerdo con Baldwin y Woodward (2008), esta flexibilidad se explica gracias a que su estructura la constituye una combinación de 1) un núcleo estable, que constituiría la plataforma en sentido estricto; 2) componentes periféricos, denominados complementos; y 3) una interfaz que media la interacción entre ambos. Como señalan Plantin, Lagoze, Edwards y Sandvig (2018), este tipo de estructura supone una gran ventaja adaptativa, pues permite articular la innovación permanente característica de estos productos con un entorno estable necesario para grandes masas de usuarios.

A pesar de lo anterior, hay quien podría observar que la definición de Andressen no se refería solo a la programabilidad de las plataformas en relación a otros desarrolladores de software, sino a los propios usuarios finales. En efecto, y a pesar de la retórica participativa de la programabilidad, la realidad es que para la mayoría de los usuarios las plataformas digitales no son entornos demasiado reprogramables. De hecho, como veremos más adelante, puede afirmarse que el diseño que adoptan estas plataformas digitales implica una lógica consistente que modela la interacción social e influye sobre ella (Gillespie, 2010; Langlois y Elmer, 2013; van Dijck, 2016). Si bien la interfaz de las plataformas se adapta en función de cada usuario, esta personalización no se encuentra enteramente bajo su control. En este sentido, la estructura que presentan la mayoría de plataformas representa un entorno mucho menos abierto de lo que originalmente fue sugerido por personas como Tim O'Reilly. No hay que olvidar que plataformas como Facebook adoptan un diseño funcional que se ajusta a un determinado modelo económico basado en la posibilidad de interconectar distintos usos con

el objetivo de facilitar la transmisión de datos (Helmond, 2015). Tal vez por eso, como señala Gillespie, la propia noción de plataforma no deja de contener una intención estratégica de posicionarse como un intermediario neutral, difuminando las tensiones entre usos comerciales y no comerciales de la web (Gillespie, 2010).

Junto a la palabra plataforma, otros términos como *Social Networking Sites* (SNS) u *Online Social Networks* (OSN) han sido utilizados en campos como los *Media Studies* para referirse no tanto a la naturaleza de estas tecnologías, sino a los usos sociales que posibilitan. Inicialmente, Danah M. Boyd y Nicole B. Ellison (2008) plantearon definir estas redes sociales digitales como servicios basados en la web que permiten a los individuos 1) construir un perfil público o semi-público en el marco de un sistema limitado, 2) articular una lista de otros usuarios con quienes comparten una conexión, y 3) ver y explorar sus listas de conexiones y las que otros han hecho dentro del sistema. Así pues, el concepto de red social digital<sup>6</sup> abarcaría aquellas plataformas centradas en facilitar la conectividad entre usuarios, tales como Facebook, MySpace o Friendster. No obstante, desde comienzos de 2010, ambos términos fueron progresivamente incluidos como subtipos del término más general medios sociales o medios de comunicación sociales (*social media*), que incluía también otros tipos de plataformas como Instagram, Pinterest, Snapchat o los blogs (Burgess *et al.*, 2018). Gracias a su amplitud, la idea de medios sociales ha acabado reuniendo cierto consenso académico para referirse a multitud de plataformas web cuyo uso facilita la conectividad en un sentido u otro.

El problema del término medios sociales es que, dada la proliferación de este tipo de tecnologías, a menudo acaba siendo utilizado como un cajón de sastre. En este sentido, resultan particularmente sugestivas aquellas propuestas de definición como la elaborada por Lori McCay-Peet y Anabel Quan-Haase (2017) a partir de tres categorías principales: lo que hacen las plataformas de medios sociales, cómo lo hacen y el tipo de contenido que soportan. A partir de una revisión bibliográfica de las definiciones más relevantes aportadas hasta el momento, McCay Peet y Quan-Haase concluyen que las plataformas de medios

---

<sup>6</sup> En este trabajo utilizo redes sociales digitales como una expresión más común en castellano para referirme a los *Social Networking Sites* (SNS) u *Online Social Networks* (OSN) anteriormente mencionados.

sociales se refieren a aquellos «servicios basados en la web que permiten a individuos, comunidades y organizaciones colaborar, conectarse, interactuar y construir comunidades permitiéndoles crear, co-producir, modificar, compartir e interactuar con contenido generado por los usuarios que es fácilmente accesible» (p. 17). No obstante, y a pesar de estas definiciones, el término medios sociales sigue siendo tan amplio que incluye tecnologías sumamente diferentes: desde herramientas de videoconferencia como Skype, repositorios en línea como DeviantArt o Flickr, servicios de *microblogging* como Twitter y redes sociales digitales como Facebook, LinkedIn o Academia.edu. Por esa razón, la mayoría de autores acaba por dividir el término en varios subtipos. Por ejemplo, autores como Kaplan y Hanlein (2010, p. 62) mencionan los siguientes subtipos:

1. Blogs.
2. Proyectos colaborativos, como Wikipedia, y webs de marcadores sociales, como Pinterest.
3. Redes sociales digitales, como Facebook o Myspace.
4. Comunidades de contenido, como Youtube o Flickr.
5. Mundos sociales virtuales, como Second Life.
6. Mundos de juego virtuales, como EverQuest o World of Warcraft.

En un sentido similar, José van Dijck (2016) elabora otra clasificación de medios sociales a partir de los siguientes apartados:

1. Redes sociales digitales, como Facebook, Twitter o LinkedIn.
2. Sitios dedicados al contenido generado por los usuarios, como Youtube, Flickr, MySpace o Wikipedia.
3. Sitios dedicados al marketing y la comercialización, como Amazon o eBay.
4. Sitios de juego y entretenimiento, como FarmVille o The Sims Social.

Finalmente, basándose en el trabajo previo de Tim Grahl, las propias McCay Peet y Quan-Haase (2017, p. 18) también elaboran una clasificación más completa de 10 tipos de plataformas en función del uso que buscan:

1. Redes sociales digitales, como Facebook o LinkedIn.
2. Sitios de marcadores sociales, como Delicious o StumbleUpon.
3. Sitios de *microblogging*, como Twitter o Tumblr.
4. Blogs y foros virtuales, como Wordpress o LiveJournal.
5. Sitios para compartir imágenes o vídeo, como Youtube o Flickr.
6. Webs de noticias sociales, como Reddit o Digg.
7. Webs de autoría colectiva, como Wikipedia o Google Docs.
8. Tecnologías para conferencia en web, como Skype o GoToMeeting.
9. Tecnologías de geolocalización, como Foursquare o Tinder.
10. Tecnologías para la planificación y agenda, como Doodle o Google calendar.

Si observamos con detenimiento estas clasificaciones, parece claro que distinguir entre subtipos de medios sociales de forma absoluta no es una tarea sencilla. De hecho, clasificaciones como las de van Dijck y McCay Peet y Quan-Haase no coinciden en su clasificación de Twitter a pesar de que ambas empleen la categoría de red social digital como uno de los subtipos. Para van Dijck, esta imposibilidad de trazar límites estancos se debe a que la dinámica de competición económica que caracteriza a las plataformas digitales provoca una tendencia progresiva a la convergencia funcional (2016, p. 15). En el caso de las redes sociales digitales, esto es particularmente claro. Como ya señalaron en su momento Boyd y Ellison (2013), tras el auge inicial de redes sociales digitales como Facebook o MySpace, otro tipo de plataformas como Youtube, Instagram o Twitter comenzaron a incluir funciones de redes sociales digitales a pesar de haber sido creado con otras funciones (compartir vídeos o imágenes en el caso de las dos primeras, *microblogging* en el caso de Twitter). Por otro lado, las propias redes sociales digitales incluyeron funciones distintas a las iniciales, permitiendo compartir imágenes, vídeos o adquiriendo funciones de *microblogging*. Por todas estas razones, probablemente resulte más apropiado referirnos a los diferentes subtipos de medios sociales como funciones.

Definidos los términos más empleados en la literatura, sólo resta precisar cuáles serán los utilizados en este trabajo para referirnos a las tecnologías digitales aquí estudiadas: Twitter, Facebook, Instagram y LinkedIn. En primer lugar, el término plataforma parece el más adecuado para referirse a la naturaleza de este tipo de tecnologías (no tanto

lo que hacen, sino lo que son). Al fin y al cabo, Facebook, Instagram, LinkedIn o Twitter no solo son espacios digitales donde millones de usuarios socializan en su día a día, sino también actores económicos que comparten un modelo de negocio y una estructura tecnológica similar.

Por otra parte, en relación con su uso, parece claro que todos ellos son plataformas de medios sociales. En cuanto a los subtipos funcionales, el de redes sociales digitales es probablemente el más apropiado para referirse a estas plataformas, puesto que todas ellas pueden sostener aquellos comportamientos basados en gestionar la relación entre un individuo y una red social. Si consideramos caso por caso, es evidente que referirnos a Facebook o LinkedIn simultáneamente como una plataforma y una red social digital no presenta demasiados problemas. Por otra parte, pudiera parecer desaconsejable incluir bajo esta categoría otras plataformas como Instagram o Twitter, que en sus inicios no fueron inicialmente redes sociales digitales. No obstante, no debemos olvidar que a pesar de sus orígenes todas estas plataformas permiten hoy en día aquellas funciones que para Boyd y Ellison constituyen las esenciales de las redes sociales digitales. Así, podría afirmarse que tanto Twitter como Instagram han adquirido con el tiempo funciones de red social en un sentido lo suficientemente estructural como para ser consideradas como tales. Finalmente, y a efectos del presente análisis, es importante destacar que la posibilidad de que en Instagram y Twitter se puedan compartir imágenes, vídeos o pequeños textos resulta relevante para explorar cómo la construcción de la identidad bajo el modelo de la marca personal se puede llegar a desarrollar bajo diferentes formatos en el contexto de las redes sociales digitales, como veremos en el Capítulo 4.

Una vez precisados los términos que se emplearán en este trabajo, pasaremos a abordar una de las preguntas que se planteaban en la introducción: ¿es posible que estas redes sociales digitales ejerzan poder en algún sentido, fomentando conductas de autopromoción? Para dar respuesta a esta cuestión, comenzaremos recurriendo a una noción de poder específica: la empleada por Michel Foucault a partir de sus trabajos en el Collège de France.

## 1.2. El poder como *conducta de las conductas*: Foucault y la intervención ambiental

Como hemos avanzado en la introducción, a primera vista pudiera parecer difícil relacionar un hecho cotidiano como es el uso de las redes sociales digitales con una experiencia de poder que afecte a nuestra subjetividad. Es cierto que son cada vez más los análisis que vinculan la economía de los datos —de la que las redes sociales digitales forman parte— con nuevas formas de control social. No obstante, no es lo mismo afirmar que las plataformas digitales afectan a nuestra privacidad o a nuestra capacidad para informarnos sobre el mundo que afirmar que modifican quiénes somos. Y aun en ese caso, cabría señalar que, si bien las redes sociales han podido aumentar patrones de conducta vinculados con la exhibición de uno mismo, esos patrones ya existían previamente en figuras como las *celebrities* (*vid.* Hearn y Schoenhoff, 2016). En este sentido, pudiera resultar extraño asociar nuestra experiencia cotidiana en una plataforma digital como Facebook, Twitter o Instagram con dinámicas de poder. ¿Quiere decir eso que las redes sociales producen, influyen, sostienen o refuerzan esas dinámicas? Y si es así: ¿cómo lo hacen? De cara a plantear en qué sentido pueden responderse estas cuestiones, es necesario que precisemos a qué nos referimos en este trabajo cuando nombramos una palabra tan importante para la teoría política como es el poder.

El filósofo Michel Foucault es bien conocido por la forma en que planteó entender el poder como una realidad distribuida, y no tanto como una sustancia que se detenta, se traspasa o reside en determinadas instituciones (Brown, 2006). Dentro del pensamiento político en general, la concepción foucaultiana del poder ha permitido expandir el campo de lo político hasta incluir numerosos fenómenos que trascienden los actores, temas y espacios tradicionales. Incluso pudiera plantearse que, tras Foucault, todo es político, en la medida en que su proyecto difuminaría la frontera entre los espacios donde tradicionalmente se ejerce el poder y el resto de las esferas sociales (Hindess, 1996, p. 143). Sin embargo, como apunta Michel Senellart rescatando un manuscrito del autor francés, no se trata tanto de que todo sea político cuanto que no hay nada que no sea politizable (Foucault, 2008, p. 377). Dicho de otra manera, si el pensamiento foucaultiano ensancha el

campo político es porque permite problematizar toda una serie de fenómenos revelando la presencia de formas de poder inadvertidas (Bröckling, Krassman, y Lemke, 2011, p. 12). En este sentido, la propuesta foucaultiana no se caracteriza por afirmar la omnipresencia del poder, sino por negar que ciertos ámbitos sociales le sean impermeables. Por ello, Foucault propone la *problematización* como una forma de visibilizar enfrentamientos, tensiones y efectos de poder en situaciones que hasta un determinado momento aparecían como naturales (Foucault, 2003). Así, fenómenos como la locura, el surgimiento de las ciencias humanas, el crimen o la sexualidad adquieren en la obra de Foucault una dimensión política al ser pensados como campos en los que un análisis concreto revela el desarrollo de dinámicas de poder específicas. Siendo así, ¿cómo podrían trasladarse estos planteamientos al caso específico que aquí se explora? ¿En qué sentido podemos hablar de efectos de poder vinculados a un conjunto de tecnologías como las redes sociales digitales?

Como acabamos de ver, el proyecto de Foucault se caracteriza por pensar el poder de forma relacional y distribuida. Como señalara en su curso del Collège de France titulado *Hay que defender la sociedad*, la posición más frecuente en la teoría política clásica ha sido concebir el poder bajo tres imágenes que forman parte del mismo modelo: el poder como ejercicio de soberanía, el poder como mercancía que se detenta y se hace circular y el poder como una relación de represión (Brown, 2006). El poder como ejercicio de soberanía es, quizá, la perspectiva más conocida de la teoría política moderna desde Hobbes hasta Rousseau. Desde esta imagen, se plantea que el poder reside en determinados individuos, grupos o instituciones (el monarca, el Estado, el pueblo...), que ejercen su mandato sobre otros grupos (Foucault, 2000a, p. 38). La soberanía implica la configuración de un territorio a través de determinadas fronteras, así como el esclarecimiento de una relación de sujeción entre los gobernados y los gobernantes. Sustentando esta primera imagen, la visión del poder como mercancía permitiría comprender los cambios en el gobierno y las transferencias de soberanía, en la medida en que determinados grupos podrían delegar parte o todo su poder a otros a través de un pacto o un contrato (p. 26-27). Tal idea adquiere una mayor importancia en las distintas teorías contractualistas, que facilitan comprender otra noción tan importante como la legitimidad, que representaría una suerte de límite entre la obediencia debida y la opre-

sión (p. 30). Finalmente, la noción de represión (p. 28) encarnaría la manera tradicional de entender la psicología del poder, basada esencialmente en la producción de una determinada voluntad a partir de la represión de los deseos propios. Un moldeado de la voluntad que, desde las reglas de la prudencia de Hobbes hasta el velo de la ignorancia de Rawls, implicaría aceptar ciertos límites derivados de convivir en una sociedad política.

Frente esa concepción del poder, que Foucault denominaría el «discurso jurídico político», el autor francés intentó a partir de la segunda mitad de la década de 1970 proponer un modelo complementario. No se trataba de oponer un paradigma a otro como si el discurso jurídico político constituyera una fase histórica superada, sino más bien de visibilizar otras formas de pensar el poder que no encontraban en la teoría política tradicional un modelo adecuado y que sin embargo eran necesarias para comprender ciertos fenómenos. Así, un primer intento condujo a plantear el poder en términos de enfrentamiento, guerra y confrontación a través del análisis de los micropoderes (Bröckling *et al.*, 2011). Sin embargo, ese primer intento recibió dos importantes críticas. De un lado, abandonaba el nivel estatal en beneficio de cuestiones más locales. De otro, este modelo alternativo era aún incapaz de superar la hipótesis represiva del poder, provocando que el individuo apareciera como un mero efecto o instrumento de diversas dinámicas que lo sujetaban, moldeaban y movilizaban en contra de su propia voluntad (Gordon, 1991, p. 4; Lemke, 2006). Es cierto que textos como *Vigilar y castigar* ampliaban el análisis en cierto modo. En ellos Foucault acertaba al plantear que el poder posee una dimensión productiva, en la medida en que la eficacia de ciertas dinámicas pasa no tanto por anular la acción sino por dirigirla. Sin embargo, su concepción del poder aún seguía sin conceder demasiada agencia a un ser humano que continuaba siendo descrito como un cuerpo dócil, un cuerpo que no pasaba de ser «a la vez cuerpo productivo y cuerpo sometido» (Foucault, 1976, p. 35).

A partir de todas estas cuestiones, el proyecto foucaultiano adquirió en la segunda mitad de los años 70 una mayor complejidad que permitió concebir al sujeto no solo como producto y productor de las dinámicas de poder, sino también como inmerso en una trama constante de negociaciones con ellas. Conforme a este nuevo planteamiento, el poder no produciría un sujeto automático hasta el punto de la dominación. Por el contrario, la agencia de los sujetos se revelaba como un elemento

necesario para el propio funcionamiento de poder. Si bien se iría complementando a través de una serie de entrevistas, artículos y conferencias posteriores, el mayor punto de inflexión de este desarrollo teórico lo encontramos en los dos cursos del Collège de France que van de los años 1977 a 1979. Para entender plenamente este punto, es importante partir de dos claves desarrolladas por el filósofo en estos cursos: la noción de medio (*milieu*) y la idea de gobierno como «recta disposición de las cosas».

Es en la clase del 1 de febrero de 1978 del curso *Seguridad, Territorio y Población* donde Foucault plantea por primera vez la noción de medio (*milieu*). Este concepto, tomado de la física y la biología, será utilizado por este autor para desarrollar una forma de intervención política que posteriormente denominará, en *Nacimiento de la biopolítica*, intervención ambiental (Foucault, 2009, p. 261). La intervención ambiental, como indica la propia expresión, es una forma de poder que no actúa tanto sobre los individuos sino sobre el contexto. En otras palabras, es un tipo de intervención que se realiza sobre el espacio y permite gobernar de forma indirecta construyendo situaciones: se opera sobre las reglas del juego, sobre la geografía en la que se desenvuelven las propias acciones, sobre el soporte material de las interacciones sociales. Incide sobre aquello que rodea, sostiene y permite la existencia del individuo. En consecuencia, el término *medio* se revela como un instrumento de análisis eficaz para explicar con mayor precisión el funcionamiento de esa forma de «acción a distancia de un cuerpo sobre otro» (2008, p. 34) que Foucault buscaba desvelar. Gracias a la imagen topográfica del *medio*, el poder superaría de manera definitiva su tradicional relación diádica (gobnantes – gobernados) para pasar a abarcar un conjunto de vectores que inciden sobre la dirección en la que se mueven los individuos.

Es precisamente esa forma de gobernar *a distancia* la que Foucault encuentra —aun en estado embrionario— en su recuperación del texto de Guillaume de La Perrière, publicado en 1555 y titulado *Le Miroir Politique, contenant diverses manières de gouverner*. En este texto, recuerda Foucault, de La Perrière plantea el arte de gobernar definido como la «recta disposición de las cosas, de las cuales es menester hacerse cargo para conducir las hasta el fin oportuno» (de La Perrière, citado en Foucault, 2008, p. 103). Por tanto, el modelo de la Perrière describe un arte de gobernar que ya no solo se dirige a los súbditos, sino también hacia

todo aquello que los rodea: «una suerte de complejo constituido por los hombres y las cosas» que se disponen, se ordenan y se ajustan para conseguir un objetivo determinado. En este sentido, el tipo de poder que Foucault propone investigar no es tanto aquel que coacciona, obliga o inmoviliza. Como explicitaría unos años después en su ensayo *El sujeto y el poder*, se trata más bien de una forma de intervención que «incita, induce, seduce, facilita o dificulta». Una forma de poder basada, según sus famosas palabras, en «estructurar el posible campo de acción de los otros» (Foucault, 1988).

Independientemente del momento histórico en el que localicemos el nacimiento o la generalización de ese gobierno indirecto<sup>7</sup>, la realidad es que el enfoque que propone Foucault nos aporta un modelo con el que entender dinámicas de poder ampliamente difundidas en nuestras sociedades contemporáneas. Se trata, en primer lugar, de un poder más anónimo, un poder que no reside de forma unívoca en ninguna parte. Eso no quiere decir ni que el poder permee todo el tejido social de forma indiscriminada ni que sea un poder democráticamente repartido (Brown, 2006, p. 67; Foucault, 2000a, p. 39). Tiene, sin duda, puntos privilegiados, pues algunas intervenciones son más importantes que otras: de ahí la importancia de estudiar realidades como las instituciones o las elites. A pesar de ello, la superficie de contacto se amplía, en la medida en que todo el medio puede llegar a actuar sobre la acción de los individuos. Por esa razón, el poder, más que una relación, es la descripción de un campo de fuerzas que coinciden en la dirección, pero no en el origen. Como señalara Foucault en *Historia de la Sexualidad*, si

---

<sup>7</sup> No forma parte de los propósitos de este trabajo dar respuesta a este punto. El propio Foucault, como ya hemos señalado, no llegó a plantear tanto una historia de su surgimiento como una historia de los modelos de pensamiento que permitieron practicar este tipo de poder de forma consciente. A este respecto, el desarrollo más elaborado de una genealogía de esta forma de gobierno puede encontrarse en el curso *Seguridad, Territorio y Población* (Foucault, 2008). Sea como sea, es importante señalar que Foucault no autorizó en vida la publicación de este texto (Bröckling, Krassman, y Lemke, 2011, p. 8), por lo que sus respuestas a esta cuestión deben considerarse con la correspondiente prudencia. Aun así, conviene destacar que el filósofo francés sí indicó repetidas veces que esta forma de pensar el poder no venía a suceder de forma lineal al modelo de la soberanía ni al desarrollado en sus anteriores trabajos sobre las disciplinas. No se trata en ningún caso de una serie histórica, sino de una superposición entre los diferentes modelos que se ajusta a cada contexto.