

# AUTO-EXPLOTACIÓN, EXPOSICIÓN, Y REDES SOCIALES DIGITALES: una mirada desde Byung-Chul Han\*

## SELF-EXPLOITATION, EXPOSURE, AND DIGITAL SOCIAL NETWORKS: a look from Byung-Chul Han

Andres Fernando Orozco Macias<sup>1</sup>

\* Investigación de análisis teórico para la línea de “Tecnología y Sociedad” del grupo de investigación “Historia, trabajo, sociedad y cultura” avalado por la Universidad Nacional de Colombia sede Medellín y Colciencias.

---

Recebido em: 28/08/2020. Aceito após correções em: 20/07/2021.

### Resumo

Son múltiples los discursos disciplinares que quieren ofrecer una reflexión al asunto de las redes sociales digitales y la actuación de los sujetos en ellas, forzando conceptos que pertenecen a otros fenómenos de análisis y adaptándolos a un nuevo acontecer que merece en primera medida, una reflexión filosófica. En este artículo, se analiza la propuesta de Byung-Chul Han que desdibuja esas intenciones disciplinares y le otorga a la filosofía un primer acercamiento a la actual sociedad tecnificada y la actuación de los sujetos en esta, a partir de tres conceptos básicos de su reflexión: auto-explotación, exposición y big data, soportadas sobre una constante positivización de las imágenes como principal medio en la actual época de las pantallas interactivas.

### Palabras Claves

Auto-Explotación, Exposición, Redes Sociales Digitales, Byung-Chul Han, Imagen.

### Abstract

There are multiple disciplinary discourses that today want to offer a reflection on the issue of digital social networks and the performance of the subjects in them, forcing concepts that belong to other phenomena of analysis and adapting them to a new event that deserves, in the first place, a reflection philosophical. In this article, the Byung-Chul Han proposal that blurs these disciplinary intentions and gives philosophy a first approach to the current technified society and the performance of the subjects in it is analyzed, based on three basic concepts of its reflection. : self-exploitation, exposure and big data, supported on a constant positivization of images as the main means in the current era of interactive screens.

### Keywords

Self-Exploitation, Exposure, Social Networks, Byung-Chul Han, Image.

---

<sup>1</sup> Profesor e Investigador de la Universidad Nacional de Colombia sede Medellín. Grupo de Investigación: Historia, Trabajo, Sociedad y Cultura. Magister En Estudios Políticos y estudiante de Doctorado en Educación de la Universidad de Antioquia. E-mail: andresorozco08@gmail.com.

## 1 Introducción

La esperanza que proyectaron textos sociológicos como los de Manuel Castells (2012) con *Redes de Indignación y Esperanza*, donde trataba los acontecimientos de la primavera árabe, no pudieron avanzar más allá de un proceso descriptivo de los acontecimientos acompañados de algunas reflexiones de motivación política y esperanza de cambio. Igualmente, otras disciplinas desde el año 2000 iniciaron investigaciones en torno a estas redes digitales que comenzaban a aparecer.

La psicología y la psiquiatría encontraron allí su principal derrotero discursivo para ampliar la gama de diagnósticos y enfermedades mentales, que requerían nuevos tratamientos psicoterapéuticos y farmacológicos. Se observaron los procesos de exhibición en las redes como síntomas de trastornos de personalidad, carencia de identidad e incluso tendencias suicidas, estas investigaciones no profundizan aún sobre ¿Quién es este nuevo hombre que esta frente a la pantalla?

El filósofo Byung-Chul Han otorga a la filosofía un primer camino para responder a estos fenómenos que aparecen en la sociedad digital, donde la tecnificación y las pantallas otorgan una nueva forma de relación social y metodológica para resolver las diferentes interacciones sociales. En este artículo encontramos ese desarrollo a partir de tres conceptos: auto-explotación, exposición y big data, y uno como soporte principal de los tres mencionados: Positivización.

En el aspecto de positivización, Han (2018) lo denomina la sociedad del rendimiento y la obligación auto-infligida que cada uno de los sujetos está dispuesto a ejercer para ser más eficiente y productivo, designando que el explotador y el explotado se encuentran en el mismo espacio corporal, todo aspecto negativo de la vida humana como el dolor y el sufrimiento, deben desaparecer u optimizarse para convertirse en una forma de mercado, Han (2018) reconoce la intensa necesidad de la actual *sociedad del rendimiento* por que es la única que es productiva sin necesidad de la fuerza ortopédica de Foucault (2016).

Cuando Han (2016) menciona que explotador y explotado están en el mismo cuerpo, no queda más opción que la auto-explotación para mantenerse en la sociedad de rendimiento. Esta se refleja en las pantallas como la constancia en la búsqueda de optimización de si mismos, de exhibirse y de convertirse en una forma auto-comercial a través de su *imagen-objeto*.

Lo anterior permitió consolidar una gran masa de información en los servidores de estas compañías digitales, que no solo sirven para el control panóptico-militarista como se pensaría desde la perspectiva de Orwell en *1984*, sino para la estructura de las empresas de marketing digital y el desarrollo de nuevos productos. En este espacio Han (2013) concluye que al fin se consolidó un panóptico interno que nos obliga a obedecer los estereotipos posteados para simularlos y consumirlos.

## 2 Discursos disciplinares en torno a las redes sociales digitales

En el espacio de análisis de las redes sociales digitales y la actuación de los sujetos en ellas, se desarrolló en dos aspectos desde los diferentes discursos disciplinares:

El primero, se enfoca en la construcción de comunidades de identidad a partir de vínculos sociales en red, que también permiten incorporar la posibilidad de un espacio para la libre opinión y participación política en red.

El segundo, realiza un tratamiento de los aspectos de identidad narcisista como una especie de disociación que enmascara lo que denominarían los psiquiatras: personalidad múltiple.

En este ámbito Byung-Chul Han amplió la perspectiva de las miradas disciplinares y lo vinculó por primera vez a una reflexión filosófica, con la carencia de algunos aspectos que aún están por revisar en su reciente desarrollo filosófico, que definirán aún más su contorno de análisis sobre la subjetividad de los usuarios de las diferentes redes sociales. Han (2016) propone aspectos trascendentales para una nueva reflexión sobre la aparición de estos dispositivos móviles en la vida de los seres humanos, como lo veremos más adelante.

Aunque también es importante tener presentes algunas reflexiones filosóficas que avistan análisis más realistas y existenciales, como es el caso de Markus Gabriel (2019) en su texto *El Sentido del Pensamiento*, donde reflexiona de manera pertinente sobre el deseo de la ciencia y la tecnología por proyectar la inteligencia humana en modelos artificiales totalmente eficaces en las respuestas lógicas, también perspectivas como las de Maurizio Ferraris (2017) que propone una reflexión sobre los dispositivos móviles, al igual que un análisis político sobre estos como espacios para la manipulación y el control.

En el primer tipo de análisis, se dispone de perspectivas que abordan estas redes como espacios de apoyo emocional en la construcción subjetiva y social de cada uno de los individuos que allí interactúan (Fernández 2005), en ese mismo segmento se validan las miradas de Internet como espacio para la libertad de expresión, como posibilidad *positiva* de lo emocional y lo político, es decir, nuevos espacios para la construcción de identidades culturales y políticas (Arrieta 2020).

Una de esas principales reflexiones se dio en Manuel Castells (2012) en su texto *Redes de Indignación y Esperanza*, donde quiso demostrar a través de todos los acontecimientos de la primavera árabe, que las redes sociales digitales eran una posibilidad para que las construcciones subjetivas se hicieran a su vez identidades políticas, redes de apoyo emocional a causa de la indignación que provocaban los gobiernos de los países donde sucedieron, quedando plasmado, que tienen poder de convocatoria pero no de renovación política.

Entre los análisis, los aspectos que priorizan el desarrollo de la identidad en redes sociales quieren demostrar éstas como la posibilidad de generar “nuevos contextos para expresar y explorar aspectos de la identidad. Los individuos actúan en distintos espacios, creando diversas identidades que van cambiando inesperadamente y que pueden generar experiencias interpersonales e intrapersonales enriquecedoras o destructivas” (Arab y Díaz 2014, p. 8).

Sin duda, atribuir a estas recientes redes sociales una plataforma ideal para la construcción de identidades, desconoce en si misma la realidad económica y política para lo que fueron creadas. Desde los discursos disciplinares se les quiere atribuir variadas capacidades, que no son más que aspectos especulativos con el fin de adaptar el discurso disciplinar a la nueva realidad social de las TIC.

En ese mismo ámbito de la libertad de expresión y libre desarrollo de la identidad, es también fundamental para estas tendencias la idea de construcción de identidad de género, la posibilidad de que los sujetos interactuantes encuentren en la red maneras de expresar y asimilar sus tendencias sexuales, y estereotipos de género a partir de modelos propuestos por perfiles de redes sociales que son tendencia (Renau, Xavier Carbonell y Oberst, 2012); (Oberst; Chamarro; Renau, p. 2016); (Puerta-Cortés; Carbonell, 2014), reconociendo la importancia de los modelos propuestos en imágenes, que marcan formas para ser destacados en redes sociales.

En las tendencias psiquiátricas, atribuyen a esos comportamientos trastornos de personalidad. El DSM V lo define como un patrón perdurable de experiencias internas y comportamientos que se desvía notablemente de las expectativas de la cultura del individuo, al punto de asumir las relaciones de los sujetos con las redes sociales como adicciones y no como carencias reflexivas y pedagógicas de nuestra época. Sustenta Illescas Ramos (2014):

Como sucede también en la adicción a sustancias químicas, la personalidad es un factor importante para desarrollar la dependencia, ya que, los sujetos con ciertos rasgos o trastornos de personalidad inestables no encuentran medios o soluciones ante los factores estresantes internos o externos como lo haría una persona con una personalidad equilibrada. [...]

Los usuarios a las redes sociales que llegan a presentar adicción, dejan de dormir por estar conectados, todo el tiempo buscan recibir reforzadores positivos (likes, comentarios, etiquetas, etc.) y en caso de no recibirlos presentan ansiedad e irritabilidad, también pueden descuidar su vida social, familiar y escolar (p. 32).

La autora destaca como los factores sociales de la personalidad encuentran en estas redes lugares para el reconocimiento social, que, según los psiquiatras, prolongan su trastorno de personalidad aún más. Pero ello no es más que una tendencia disciplinar para ampliar los modelos discursivos de la psiquiatría y la psicología.

Algunas investigaciones observan en la red social específica (Instagram y/o Facebook), la base de la influencia en el tipo de personalidad que los sujetos adquieren en cada imagen que publican y la interacción que tiene con sus seguidores, donde el *Me Gusta* de cada imagen se convierte en una ganancia narcisista y adictiva (Casado Y Carbonell, 2018); (Gómez, 2012) y no en un mecanismo de control que atrapa al sujeto en el juego de sí mismo, que busca constantemente maneras de auto-explotarse y mostrarse a través de la imagen perfecta, contribuyendo así, al gran Panóptico Digital (Han 2016).

Lo que se concluye es que son múltiples y variadas las perspectivas disciplinares desde las que se analizan discursivamente las redes sociales digitales, sin lograr un desarrollo conceptual para abordar un fenómeno que propone otras preguntas como ¿Quién es el hombre cuando interactúa en redes sociales? ¿Se transformó la subjetividad?

En consecuencia, estas disciplinas no concentran conceptos que logren englobar una explicación concreta acerca del actuar de los sujetos en estos espacios interactivos, fuerzan sus conceptos para explicar fenómenos nuevos, es allí donde en Byung-Chul Han propone una primera alternativa para comprender la época que afrontamos con estas redes.

### 3 La positivización y auto-explotación de la imagen

La sociedad positiva de Byung-Chul Han (2018) se concentra en una sencilla lógica: La sociedad positiva no admite ningún sentimiento negativo, conlleva a que las vivencias humanas como el sufrimiento y el dolor, se aplanen y desaparezcan de la esfera social virtual, solo son positivas en la medida en que pueden ser expositivas en una red social y visualizadas como un hecho superado a nivel personal, bajo la premisa: “Tú también puedes”:

El sufrimiento y la pasión son figuras de la negatividad. Ceden, por una parte, al disfrute sin negatividad. Y, por una parte, entran en su lugar las perturbaciones psíquicas, como el agotamiento, el cansancio y la depresión, que han de atribuirse al exceso de positividad (Han, 2013, p. 19).

Han proporciona una identidad base de la sociedad positiva: el disfrute sin previo proceso, la inmediatez como recompensa al auto-esfuerzo y la auto-violencia que se ejerce a nivel psíquico en la búsqueda constante de la positividad. Por ello reitera constantemente que las sociedades disciplinarias de Foucault (2016) ya no son posibles, están cargadas de *No*, de prohibiciones que impide a la sociedad del rendimiento ser altamente productiva y efectiva en su proceso de mercantilización.

Ante la aparente libertad que ofrece la sociedad positiva, se amplía el dispositivo de rendimiento como muestra efectiva de producción, para poder mantener esos niveles productivos consigo mismo, inicia una guerra interior donde se cohesionan y se auto-explota incluso en sus tiempos de descanso, la principal recompensa será el reconocimiento como sujeto adaptado a los órdenes sistemáticos.

Aunque en muchos de los ámbitos sociales y geográficos esta sociedad positiva puede ser volátil por las condiciones de desarrollo estatal y económico, las redes sociales que operan en Internet cumplen de manera efectiva con el propósito de la auto-explotación e incluso auto-violencia, pues *narciso* se halla en los espacios virtuales (Han, 2018). El mantenimiento de una autenticidad positiva, equivale a la búsqueda constante de un esfuerzo por el reconocimiento en el medio digital:

Los amigos que se agregan en las redes sociales cumplen sobre todo la función de incrementar el sentimiento narcisista de sí mismo, constituyendo una muchedumbre que aplaude y que presta atención a un ego que se expone como si fuera una mercancía (2018, p. 88).

El mantenimiento de ese reconocimiento implica un esfuerzo adicional del sujeto, desligarse del viejo modelo de privacidad para vincular su vida a una exposición fotográfica o videográfica de su vida cotidiana, donde cada *Me Gusta* se asume como una recompensa y un indicador de autenticidad, la auto-explotación aparece en el momento en que los contenidos icónicos se convierten en mercancía.

Alude Han (2018) que Facebook se ha negado a poner el botón de *No Me Gusta* como primera advertencia de que todos los contenidos deben ser auténticamente positivos para ser comercializados, obligando de entrada a sus miembros a adaptarse a un modelo expositivo

de si mismo, donde no existe cabida ni al desgano y ni a la fealdad, allí todos son bellos, o por lo menos intentan serlo.

Uno de los espacios constitutivos del hipercapitalismo analizado por Han (2013), es que convierte todas las relaciones sociales en amplias redes de relaciones comerciales, lo que permitió que los sujetos no solo socialicen, sino que también negocien en los espacios digitales, no solo valores de uso y de cambio, sino reconocimiento y autenticidad sin importar los niveles de auto-violencia que deben ejercer consigo mismo, dejando de lado su intimidad a cambio de la exposición que produce seguridad y autoestima por medio del *Me Gusta*.

Esta autenticidad se alimenta de los consumidores de esas imágenes que se repiten millones de veces en variados perfiles, allí se sostiene sobre la bandera de la aparente libertad, donde los sujetos no son conscientes de su nivel de sometimiento que inicia con la entrega de sus datos personales, hasta el aporte sin límites de sus contenidos a diario. Por ello la plataforma de Facebook seduce en lugar de prohibir, no confronta con el sujeto, alimenta su exposición y lo incita a hacerlo una y otra vez, permitiendo un espectáculo de si mismo, como sostiene Guy Debord (2015):

El espectáculo se presenta como una enorme positividad indiscutible e inaccesible. No dice más que esto: “lo que aparece es bueno, lo bueno es lo que aparece”. La actitud que por principio exige es esa aceptación pasiva que ya ha obtenido de hecho gracias a su manera de aparecer sin réplicas, gracias a su monopolio de las apariencias (Debord 2015, p. 41).

Uno de los aspectos trascendentales en Han hasta ahora, es la falta de reconocimiento al trabajo de Guy Debord, ya que, todos los aspectos de la vida subjetiva de la sociedad positiva expuesta en imágenes y filtros, parece desembocar en lo espectacular y se consume en las redes sociales digitales.

Expone a los sujetos como imágenes-objeto, como forma más auténtica de auto-explotación encubierta de libertad y autenticidad, pero sin duda, es novedosa al proyectar que el individuo interioriza en lo más profundo de su psique todo el modelo de explotación comercial que antes necesitaba de coerción y fuerza externa, hoy solo requiere sujetos narcisistas que hacen espectáculo con sigio mismos mientras se explotan sin coerción externa: “se tú propio jefe y muestra tú triunfo material”.

#### 4 La exposición de la imagen

Cuando las imágenes pierden la capacidad dramaturgica o coreográfica en contextos determinados de una escena, se reduce su capacidad hermenéutica que obliga a los observadores a pensar y a relacionarlo con su propia experiencia, por tanto, se interrumpe la comprensión total del mensaje visual. En la actual sociedad positiva no se permiten lagunas o espacios que lleven a pensar o relacionar, todo termina sobredimensionado y buscando que el observador no se aburra del mensaje visual.

Mostrarse es la nueva forma de ser. En la sociedad de la transparencia como consecuencia de la sociedad positiva, es en si misma una sociedad de la exposición, para que cumpla con su peyorativa función de imagen-objeto hecha mercancía, debe desaparecer el valor de lo

cultural y a cambio aparece el valor expositivo, donde las cosas solo adquieren valor cuando son visibles en toda su dimensión.

Lo oculto para Han (2013) perdió su valor significativo en la dimensión del ser (como lo propuso Heidegger en su momento), como sucede en la serie adaptada de *El nombre de la Rosa* de Umberto Eco, dirigida por Giacomo Battiato, donde el Abad del monasterio oculta en uno de sus *cuartos sagrados* la virgen como signo de sacralidad, que representa un máximo de belleza, solo ingresa a verla en soledad y silencio como forma de respeto al ser mismo que representa la imagen. Lo mismo sucede durante todo el relato con el manuscrito, todo intento de revelación representa la muerte de aquellos que intentan ingresar al espacio oculto de la biblioteca.

Hoy conservar un secreto, o no desnudarse ante las cámaras de un celular, es sinónimo de represión. Evidentemente la época de la sociedad positiva y del rendimiento analizada por Han, es esencialmente expositiva como soporte esencial del capitalismo, lo que se muestra no es una revelación, si no una posibilidad de comercialización:

El valor de exposición constituye el capitalismo consumado y no puede reducirse a la oposición marxista entre el valor de uso y el valor de cambio. No es valor de uso porque está sustraído a la esfera del uso, y no es ningún valor de cambio porque en el no se refleja ninguna fuerza de trabajo. Se debe solamente a la producción de atención (Han 2013, p. 26).

Llamar la atención de los clientes para concretar el fin último: la comercialización. Por ello Han reconoce que en el espacio de las redes sociales, cada sujeto es a su vez su propio objeto publicitario, todo esta vuelto hacia fuera, descubierto, despojado, desvestido y expuesto (Han, 2013).

Solo se puede explotar lo visible, lo obscuro en todo su esplendor, es decir, que en una mirada se resume el producto disponible para el consumo de los espectadores de estas redes. El caso de Instagram, revela precisamente que el valor de consumo de una imagen es su valor expositivo y estético, los espacios de fondo y las figuras de los cuerpos son determinantes en la aprensión de su valor comercial, no como venta directa, si no como objeto de consumo visual.

Por ello Han (2013) describe estas como una sociedad pornográfica, porque las imágenes son inequívocas y específicas, no develan ninguna complejidad ni espera teatral u escenográfica, pues la imagen lenta desata reflexión y contemplación, acción que nadie esta dispuesto a realizar mientras esta sumergido en redes sociales, solo la búsqueda encarnada de imágenes puntuales que revelen lo que buscan los consumidores de imágenes: ganas y

La reciente red social TikTok logra de manera efectiva este objetivo, videos entre 15 y 60 segundos especifican a los usuarios lo que desean ver: cuerpos perfectos, senos y glúteos en abundancia y de corte perfecto, al igual que cuerpos masculinos tonificados al ritmo de una misma canción o movimiento como propuesta, consumando así lo que Han (2020) llama el infierno de lo igual, donde el disfrute de la inmediatez elimina el proceso del deseo y la fantasía que nacen de la contemplación:

El disfrute inmediato, que no admite ningún rodeo imaginativo y narrativo, es pornográfico. También y la hipernitidez por encima de lo

real y la elevada claridad de las imágenes mediáticas paraliza y ahoga la fantasía (Han, 2013, p. 37).

La inmediatez de las imágenes y su figura clarificada en la pantalla, elimina cualquier posibilidad de contemplación, porque la imagen pornográfica carece de silencio y esto impide un proceso narrativo en el tiempo, en consecuencias son ruidosas:

Las imágenes están construidas hoy de tal manera que no es posible cerrar los ojos. Entre ellas y el ojo se produce un contacto inmediato, que no admite ninguna distancia contemplativa. La coacción a la permanente vigilia y visibilidad dificulta cerrar los ojos. La transparencia es la expresión de la hipervigilia e hipervisibilidad. (Han, 2016, p. 8)

La busque de sosiego en la inmensidad de imágenes que ofrecen cada segundo las redes sociales, impiden al sujeto la canalización de la información y su posterior reflexión sobre ella, no existen límites en la existencia de los contenidos publicados y reproducidos en millones de veces, la falta de delimitación genera una adicción exuberante ante los contenidos presentados.

Por ello el mostrarse tiene que cumplir con la optimización estética de los modelos corporales, de las tendencias musicales y de los temas de relevancia mediática, reconoce Han que los cuerpos dóciles no son productivos, la tarea principal es seducir y adormecer por medio de la pantalla, cauterizar los cuestionamientos, la ortopedia disciplinaria es reemplazada por la cirugía estética y los centros fitness, donde a su vez se objetualiza el cuerpo como espacio para la comercialización y explotación, su principal medida siempre será el Me Gusta:

El Smartphone es un objeto digital de devoción, incluso un objeto de devoción de lo digital en general. En cuanto aparato de subjetivación, funciona como el rosario, que es también, en su manejabilidad, una especie de móvil. Ambos sirven para examinarse y controlarse a si mismo [...] El me gusta es el amén digital. Cuando hacemos clic en el botón de me gusta nos sometemos en un entramado de dominación. (2016, p. 26).

Han destaca el Smartphone como un objeto devocional, que conlleva a los sujetos al cumplimiento de expectativas para poder conseguir el desarrollo personal y emocional, el Me Gusta se convierte en el aval de una especie de confesión social, de destacar que el mostrarse equivale a un nuevo modelo social de respeto a si mismo y a los demás, siempre y cuando cumpla con las expectativas de positividad, de estética y de logros alcanzados, y a travesados por una sonrisa que dura solo 5 segundos de un selfie, que se repetirá no según un acontecimiento que la provoca, si no la necesidad estética de sonreír para el agrado y la envidia de los demás.

Por ello las fotografías de los famosos en redes sociales son la pauta publicitaria de la repetición, la imitación corresponde a la obediencia no de un poder ortopédico y represor, si no del poder seductor. Las emociones digitalizadas también son fugaces e imitadas según las tendencias en redes sociales, existe un indicador de como enfadarse y contra quien reaccionar, por ello no argumenta, solo insulta, porque las estructuras digitales no están diseñadas para la argumentación y el debate, pero si para el insulto y la ofensa, no se

manifiesta en una voz, solo es ruido anónimo que cesará sus insultos y su indignación al día siguiente, simplemente porque el aparato de dominación ya hizo su tarea (Han, 2018).

## 5 Big Data y el Panóptico

Han debate los controles panópticos expuestos por Foucault y los poderes ortopédicos de la fuerza física, las instituciones han sido reemplazados por la seducción de lo amable y el servicio al cliente, por la optimización de las imágenes y las pantallas. Para Han esto esta generando nuevos espacios de control donde el vigilante no esta fuera del vigilado, si no dentro de si mismo, la tarea fundamental de este nuevo sujeto de rendimiento es ser transparente en sus redes sociales con el suministro de información que le permite a los factores de poder, estar informados para crear nuevas formas de seducción y consumo:

La peculiaridad del panóptico digital está sobre todo en que sus moradores mismos colaboran de manera activa en su construcción y en su conservación, en cuanto se exhiben ellos mismos y se desnudan. Ellos mismo se exponen en el mercado panóptico. La exhibición pornográfica y el control panóptico se compenetran. El exhibicionismo y el voyeurismo alimentan las redes como panóptico digital. (Han 2013, p. 89)

Han realiza un análisis de la sociedad de control, enunciada en principio por Deleuze al mencionar esta como el espacio donde el mundo de los psico-fármacos, el consumo televisivo y el endeudamiento privado dominan la vida de la sociedad moderna (Deleuze, 2006). Propone la idea de un encierro subjetivo por mecanismos predecibles en su acción, ejecución y resultado. Lo novedoso de Han (2013) en este aspecto, es que introduce los términos de exhibición, positivización y seducción, como aspecto fundamental para que los sujetos acepten de modo dócil el modo de vida actual.

Toda seducción bien elaborada tiene la capacidad de desnudar, de ampliar el espacio para que el sujeto se muestre al seductor tal y como es, no por coacción externa como lo pretende la sociedad pensada por Foucault (2016) o el mismo Weber (2012), sino por la necesidad de “renunciar a su esfera privada e íntima [para] exhibirse sin vergüenza” (Han 2013, 90).

Pareciera que los nuevos aspectos de dominación para la captación de información, son los modelos capciosos de las imágenes publicitarias, que generan la confianza para que los sujetos crean en cada pauta publicitaria de las redes sociales que se vende como independiente y auténtica.

Estas pautas publicitarias quieren hacer ver la redes sociales como una supuesta Ágora de libertad de expresión donde puedes opinar y disentir de gobiernos, o de sociedades enteras como lo quisieron mostrar los teóricos de la libertad de expresión en Internet a través de la primavera árabe, pero que en realidad son el gran bastión de datos de Silicon Valley, que sabe más de sus usuarios que ellos mismos de su propia vida, por consecuencia, sabrán como seducirlos por medio de masas tipificadas y clasificadas por otra estrategia de marketing.

A Silicon Valley, Han (2016) lo llama el Big Data, que reemplaza al panóptico de Bentham que solo observa a los reclusos desde el exterior, solo tiene como opción el medio óptico y

la fuerza, está impedido para acceder al pensamiento o a las necesidades internas. Por ello, uno de los logros del neoliberalismo es reemplazar lo biopolítico por lo psicopolítico.

Lo psicopolítico es posible gracias a nuevas formas de subjetivación que tienen como espacio esencial las pantallas y sus imágenes. Pero las imágenes no son vacuas en su contenido, aún que así parezca, son una forma activa de invitar al observador a su obediencia como panóptico de sí mismo, a mantenerse en estado vigilante de las tendencias de actualidad que le dictaminan como actuar en favor o en contra, todo parece predeterminado para generar un aparente aspecto de libre opinión que suma a la base de datos de futuros mercados.

Pero lo que constituyen los espacios digitales no son espacios reflexivos para la libre opinión, son espacios plenamente emocionales como las reacciones de Facebook. La opinión se convierte en insulto y lo efímero en importante. Lo que importa en las redes digitales de poder neoliberal, según Han (2016), es una mirada a la psique que aporta a través de los estímulos visuales los datos suficientes para conocer y vigilar internamente a los sujetos conectados, generando un imperio del Dataísmo “que pretende superar toda ideología, [pero que] en sí mismo es una ideología [que] conduce a un totalitarismo digital” (p, 88).

Ese totalitarismo esta regido por una masa de información inerte, acumulación que ya no es material de primera mano de filósofos, sociólogos o historiadores, sino que pertenece a los analistas del mercado, que abren constantes procesos productivos y publicitarios a través de la clasificación de la información aportada por los mismos miembros de estas redes sociales.

Finalmente, es importante especificar que para Han (2016) el neoliberalismo y la persuasión a través de las pantallas, se nutre de un aspecto de manipulación psicológica, que camufla el sometimiento en una perspectiva más amable, evidenciando aspectos como la belleza estética de los prototipos que en todo momento sonríen, que alejan a toda costa la negatividad de lo feo o lo real de cada sociedad, que cubre sobre un manto de filtros y reacciones a través de emoticones la realidad social, política y económica del planeta que Han en cierta medida aún evade analizar de forma más integral.

## Referencias

- Arrieta, M. (2014). Libertad de expresión y derecho a la información en las redes sociales en Internet. *Revista de Derecho, Comunicaciones y Nuevas Tecnologías*. 12, 1-31.
- Baudrillard, J. (2010). *Ilusión Vital*. Buenos Aires; Argentina. Siglo XXI
- Casado, C & Carbonell, X. (2018). La influencia de la personalidad en el uso de Instagram. *Revista Aloma*. 36, 23-31
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Barcelona; España: Alianza Editorial
- Debord, G. (2015). *La sociedad del espectáculo*. Valencia; España: Pre-textos
- Deleuze, G. (2012). Post-scriptum sobre las sociedades de control. *Polis* [En línea], 13, URL: <http://journals.openedition.org/polis/5509>
- Ferraris, M. (2012). *Manifiesto del Nuevo Realismo*. México DF: Ariadna
- Ferraris, M. (2017). *Movilización total*. Barcelona; España: Herder
- Foucault, M. (2016). *La sociedad punitiva*. Buenos Aires; Argentina.
- Gómez, P. (2012). *Las redes sociales como catarsis*. Revista Mexicana de Comunicación. 132, 17-18
- Han, B. (2013). *La sociedad de la transparencia*. Barcelona; España: Herder.
- Han, B. (2015). *La agonía del eros*. Barcelona; España: Herder.
- Han, B. (2016). *Psicopolítica*. Barcelona; España: Herder.
- Han, B. (2018). *La sociedad del cansancio*. Barcelona; España: Herder.

- Han, B. (2018<sup>a</sup>). *En el enjambre*. Barcelona; España: Herder.
- Han, B. (2019). *La salvación de lo bello*. Barcelona; España: Herder.
- Han, B. (2020). *La desaparición de los rituales*. Barcelona; España: Herder.
- Heidegger, M. (2018). *El ser y el tiempo*. México DF: Fondo de Cultura Económica
- Illescas, L. (2014). *Análisis correlacional entre tipos de personalidad y niveles de adicción a redes sociales en estudiantes de la Unidad Educativa Experimental Santana, del Décimo de Básica y Primero de Bachillerato del año lectivo 2013-2014*. Tesis de grado Universidad del Azuay. Cuenca- Ecuador
- Elías, L. & Alejandra, G; Fernandez, R. (2005). Redes sociales, Apoyo social y Salud. *Revista de recerca informació en antropología*. 3, 1-16
- Enríquez, R. (2000). Redes Sociales Y Pobreza: Mitos Y Realidades. *Revista La Ventana*. 11, 36-72.
- Oberst, U; Chamarro, L & Renau, V. (2016). Estereotipos de género 2.0: Auto-representaciones de adolescentes en Facebook. *Revista Comunicar*. 48, 81-90
- Markus, G. (2019). *El sentido del pensamiento*. Barcelona: Pasado & Presente.
- Markus, G. (2019). *Por qué el mundo no existe*. Barcelona: Pasado & Presente.
- Orwell, G. (2018). *1984*. Bogotá; Colombia: Penguin Random House
- Puerta-Cortés, D & Carbonell, X. (2014). El modelo de los cinco grandes factores de personalidad y el uso problemático de Internet en jóvenes colombianos. *Revista Adicciones*. 26, 54-61
- Weber, M. (2012). *Sociología del poder*. Madrid; España: Alianza Editorial
- Vanessa, R; Xavier, C & Ursula, O. (2012). Redes sociales on-line, género y construcción del self. *Revista Aloma*. 30, 97-107