



Lo ordinario digital: digitalización de la vida cotidiana como forma de trabajo

Amparo Lasén Díaz¹

Recibido: 13 de junio de 2018 / Aceptado: 26 de noviembre de 2018

Resumen. El artículo explora aspectos de lo ordinario digital: la creciente digitalización de nuestra cotidianidad con la ubicuidad y generalización de los usos y prácticas digitales, así como la producción y almacenamiento de inscripciones digitales acerca de nuestras vidas, relaciones, afectos, opiniones y actividades, que se convierten en el contenido de las plataformas digitales, motores de búsqueda y apps, y también en la materia de la que se producen los datos, cuya mercantilización constituye la principal fuente de lucro, o modelo de negocio, de las empresas propietarias de estas plataformas y aplicaciones digitales. Las formas de sociabilidad y (re)presentación de la persona digitales presentan particularidades éticas y estéticas, así como constituyen formas de trabajo emocional, trabajo de cara y trabajo digital, objeto de reflexividad, vigilancia y control, que son descritas con ejemplos de investigaciones propias acerca de la producción e intercambio de imágenes como los selfies, así como de otras investigaciones y publicaciones.

Palabras clave: vida cotidiana; inscripciones digitales; trabajo digital; (re)presentación de la persona; selfies.

[en] The digital ordinary: Digitalization of everyday life as a form of labour

Abstract. This paper discusses some aspects of the digital ordinary: the growing digitalization of our everyday life with the pervasiveness of digital practices and the production and storage of digital inscriptions about our ordinary life, relationships, affects, opinions and activities, that become the content of platforms, apps and search engines, as well as the matter the so called big data are made of, whose commodification constitutes the gain source or business model of the corporations owning these platforms and apps. The sociability and forms of self(re)presentation digitally enacted present ethic and aesthetic particularities; and entail forms of contemporary digital labour, face work and affective work, subject to reflexivity, surveillance and control, which are described and discussed drawing on research about the production and sharing of digital images, such as selfies.

Keywords: everyday life; digital inscriptions; digital labour; self (re)presentation; selfies.

Sumario. 1. Introducción: los enredos de lo ordinario digital. 2. Inscripciones digitales. 2.1 Intimidades inscritas y afectos materializados. 3. Ética y estéticas digitales de nuestras (re)presentaciones cotidianas. 4. Enredos de vigilancia y trabajo digital: hacer visible e invisible. 5. Conclusiones. 6. Bibliografía.

Cómo citar: Lasén Díaz, A. (2019). Lo ordinario digital: digitalización de la vida cotidiana como forma de trabajo, *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 37(2), 313-330.

¹ Departamento de Sociología Aplicada. Universidad Complutense de Madrid
E-mail: alasen@ucm.es

1. Introducción: los enredos de lo ordinario digital

En este artículo exploro algunas de las implicaciones de lo que podríamos llamar lo ordinario digital, esto es, la creciente digitalización de nuestra cotidianidad, la ubicuidad y generalización de los usos y prácticas digitales, vinculados en su mayoría a los móviles y redes sociales. Uno de sus aspectos principales es la creciente producción y almacenamiento de inscripciones digitales acerca de nuestras vidas, relaciones, afectos, opiniones y actividades ordinarias, que se convierten en el contenido de las plataformas digitales, motores de búsqueda y apps del móvil, y también en la materia de la que se producen los datos, cuya mercantilización constituye la principal fuente de lucro, o modelo de negocio, de las empresas propietarias de estas plataformas y aplicaciones digitales. Nuestras vidas, recuerdos, relaciones, fantasías, deseos, afectos y miedos fluyen por diversos medios y plataformas, gracias a formas de agencia compartida en red entre una multiplicidad heterogénea de participantes: las personas y colectivos implicados; los dispositivos tecnológicos con sus diferentes potencialidades, actualizadas o no por las y los usuarios; la empresas que poseen y comercializan plataformas y dispositivos, que fijan las condiciones de uso y son, a su vez, consumidoras y comercializadoras de los datos que producen esos flujos de actividades e interacciones ordinarias, y, por último, también forman parte de estas agencias cotidianas en red y de sus complejas y cambiantes normativas, las instituciones públicas, locales, nacionales y globales que son participantes de estos flujos, reguladoras y consumidoras de los datos e informaciones generados.

Estas redes de acción y actuación producen todo tipo de enredos, algunos se presentan en este artículo. Enredos en el sentido de formar parte de una red, en formas de agencia colectiva enmarañadas y por lo tanto mutuamente dependientes y configuradas, y también enredo en el sentido de las ficciones y comedias de enredo como tramas complicadas llenas de intrigas, extrañezas, malentendidos, conflictos, ambivalencias, ocultaciones, vigilancias y afectos encontrados. O sea, una re-mediación digital, usando el término acuñado por Jay Bolter y Richard Grusin (2000), de lo que siempre ha sido la vida cotidiana, y siempre ha estado mediado, por otras tecnologías previas, por otros objetos y materialidades y por otros elementos como el lenguaje o la escritura. Esto es, la remediación digital de lo cotidiano, que también comprende lo extraordinario de lo ordinario, la inquietante y a veces dolorosa extrañeza de lo banal y habitual, configurado por tramas de poder y resistencia donde se enredan lo público, lo privado y lo íntimo, lo personal y lo político, dónde afectamos y somos afectados.

Basándome en resultados de investigaciones propias recientes sobre usos de redes sociales y móviles, en especial en relación a los selfies y a las imágenes digitales compartidas², así como en publicaciones e investigaciones de este campo, el artículo presenta primero la noción de inscripción digital y las implicaciones sociales de la capacidad inscriptora de los dispositivos digitales; trata después de algunos aspectos éticos y estéticos de nuestras (re)presentaciones cotidianas digitales, que forman el

² Proyectos del Grupo de investigación Complutense Sociología Ordinaria financiados por el Programa Estatal del Fomento de la Investigación: CSO2012-37027 *Innovaciones metodológicas para prácticas emergentes: controversias y desasosiegos en torno a lo público/privado*; y CSO2016-76386-P *Los circuitos de la vergüenza. Sociabilidad y vulnerabilidad en relaciones de intimidad*.

contenido de las redes sociales y constituyen formas de trabajo digital y vigilancia, a menudo ignoradas por las y los que las realizan.

2. Inscripciones digitales

Las mediaciones digitales de comunicaciones orales, escritas y visuales producen y archivan inscripciones digitales en forma de números, sonidos, imágenes y textos que se muestran, comparten y almacenan. Los dispositivos digitales, como los teléfonos móviles, inscriben nuestros mensajes, interacciones, conexiones, contactos, movimientos, ideas, sentimientos y apariencia física, al tiempo que contribuyen a inscribir, configurar y rastrear afectos, relaciones y subjetividades. Gracias a su poder de inscripción revelan a los propios usuarios y a terceros, las redes de las que formamos parte, nuestras conexiones y desplazamientos, así como la presencia de seres queridos y vínculos afectivos. Por lo tanto, estos dispositivos informan de la cohesión, intensidad, reciprocidad e intimidad de nuestras relaciones, gracias a las diferentes medidas y métricas que dispositivos y aplicaciones proporcionan: como las listas de llamadas y mensajes, los registros de chats y conversaciones, los buzones de entrada y salida, los contadores de visitas, o los “me gusta” y los retuits. Los desarrollos recientes acerca de otros dispositivos portátiles digitales, como pulseras y relojes, y las apps que permiten formas de auto-seguimiento (*self-tracking*), yo cuantificado y registro vital (*life logging*) intensifican esta tendencia y propiedad técnica de las formas previas de digitalización (Lupton, 2016), registrando aspectos acerca de nuestros cuerpos relativos a su fisiología y actividad física que no formaban parte de nuestro conocimiento ordinario previo: como la distancia recorrida al día o el número de pasos, el tiempo dedicado a cada actividad, nuestra tensión o ritmo cardíaco, el número de calorías de lo que comemos, o de las consumidas o “quemadas” en nuestra actividad diaria. Todo lo cual constituye una notable extensión de las formas de control físico previas que permitían tecnologías domésticas como la báscula. Así, por ejemplo, aplicaciones para hacer deporte como *Strava*, constituyen otra suerte de red social, “la red social de los que se esfuerzan” dice su presentación, aunque orientada a un grupo más limitado de contactos considerados relevantes (Lomborg y Frandsen, 2016), organizada alrededor de perfiles personales, donde los participantes pueden grabar sus carreras a pie o en bicicleta u otras proezas deportivas, gracias a los dispositivos portátiles geolocalizados. La aplicación visualiza esos datos en números y gráficos, configurando un doble en datos (*data double*) del cuerpo de los y las usuarias con el que mantienen una relación afectiva y significativa (Ruckenstein, 2014). Esta especie de espejo digital, o selfie de datos, muestra aspectos y detalles corporales, hasta entonces invisibles, como un flujo de datos que se puede configurar en informaciones comunicables y es utilizado para medir entrenamientos y progresos, para compartir estos datos con los otros usuarios de la aplicación, o en otras redes sociales, con el fin de alimentar conversaciones e interacciones, y también para competir en base a esas marcas, reforzando la creación y mantenimiento de comunidades online de corredores y ciclistas. De manera que los elementos habilitados por la aplicación en torno a diversas inscripciones digitales: la información del perfil, la visualización de datos, el *feedback* aportado tanto por el propio sistema de la aplicación como por las personas conectadas, contribuyen a configurar y confirmar la

agencia, identidad y competencia deportivas de los usuarios y usuarias (Lomborg y Frandsen, 2016).

De este modo tras los dibujos, narrativas y formas de cálculo, la digitalización y sus formas de visualización serían la forma más reciente de hacer conmensurable una pluralidad de inscripciones, produciendo lo que Bruno Latour llama “móviles inmutables”, como las fotos, mapas o planos (Latour, 1985). Estas entidades permiten la movilidad de las relaciones entre diferentes inscripciones, que pueden ser compartidas y comparadas, y la inmutabilidad de lo que se transporta. Operan translaciones siguiendo un movimiento doble de reducción y amplificación: reducción de las múltiples características de la entidad particular representada por las inscripciones, y amplificación por las posibilidades de comparación, medida y combinación con otras inscripciones, facilitando así su control, gestión y trasmisión.

Por ejemplo, un autorretrato digital compartido y expuesto en una red social puede ser, a la vez, una reducción de los múltiples rasgos e intensidades del cuerpo presentado y representado en el selfie como objeto fotográfico; del mismo modo que un selfie de datos de nuestro cuerpo y performance en las gráficas que compartimos en *Strava*; al tiempo que las capacidades del cuerpo particular fotografiado o “datificado” son aumentadas en relación, por ejemplo, con la posibilidad de estar presente en varios lugares y tiempos, a la asociación posible con otras fotos exhibidas en esa red social, o con otros datos de otros cuerpos, las articulaciones con otras inscripciones posibilitadas por la infraestructura de la plataforma, como la fecha, la localización, los comentarios y “me gusta”, etc., así como las amplificaciones y reducciones debidas a las diferentes posibilidades de ser no sólo visto, sino asido, capturado, como en la captura de pantalla o en las capturas de datos, por terceras partes, desde contactos y amigos, a usuarios desconocidos de la red, instituciones de control, o por las propias estrategias comerciales de las plataformas (Senft y Baym, 2015) y sus algoritmos opacos que producen otros selfies de datos que desconocemos y que son utilizados para seleccionar los contenidos con relevancia pública, configurar nuestras experiencias en dichos espacios, y para agruparnos en categorías y perfiles con el fin también de predecir nuestros comportamientos probables (Gillespie, 2014).

Un doble proceso de inscripción tiene lugar en las mediaciones digitales. Por un lado, muchos aspectos de nuestra vida cotidiana y ordinaria, incluyendo nuestros cuerpos y emociones, se inscriben y materializan en nuestros dispositivos digitales, volviéndose perceptibles para nosotros y para otros, aumentando, potencialmente, nuestra reflexividad, además de las posibilidades de ser capturados y escudriñados por terceras partes. Por otro lado, nosotros mismos y nuestras subjetividades, entendidos ambos como una red compleja de afectos, capacidades, gestos, comportamientos, percepciones e interacciones, estamos siendo inscritas y conformadas por las prácticas digitales y las mediaciones que son parte de los procesos contemporáneos de subjetivación y encarnación, esto es, de configuración material e inmaterial de nuestros cuerpos. En este caso, nuestras subjetividades y cuerpos devienen inscritos por las prácticas digitales cuando aprendemos y adquirimos diferentes habilidades, maneras de hacer, de ver, de escuchar, de decir y de interactuar, o nuevas disciplinas y hábitos relacionados con expectativas y obligaciones en las interacciones interpersonales mediadas por dichas prácticas y usos. Estas inscripciones digitales participan de nuestros procesos de encarnación, en el devenir de nuestros cuerpos, en cómo aprendemos a afectar y a ser afectados, y en cómo desarrollamos formas de apego y sintonía con otras personas, grupos, y con cosas como las tecnologías digitales, las

apps y las plataformas. Las capacidades de afectar y ser afectada son intrínsecas a ambos aspectos: las emociones y el cuerpo (Latour, 2004).

Las imágenes digitales como los selfies son un ejemplo de este proceso doble de inscripción (Lasén, 2015). Los smartphones, las plataformas web y las aplicaciones para compartir fotos y vídeos producen y guardan inscripciones de nuestros cuerpos, al tiempo que contribuyen a darles forma, a inscribir el cuerpo de las y los que posan, hacen, modifican, seleccionan, exhiben y comparten esas imágenes. Sus cuerpos son inscritos por las habilidades, gestos, sentimientos y percepciones aprendidos y adquiridos al llevar a cabo esas prácticas fotográficas. Considerar las imágenes, sonidos y textos digitales como inscripciones en lugar de reflejos o meras representaciones de nuestro cuerpo y subjetividad, nos permite dar cuenta de la participación de las mediaciones digitales en los procesos de subjetivación y encarnación, con sus efectos particulares en la presencia y los modos de presentación y representación personal. Al estar inscritos en los móviles, apps, webcams y plataformas de redes sociales, nuestros cuerpos multiplican su presencia en diferentes espacios y tiempos, como cuando entran en el espacio de los “super-públicos digitales” y viven más allá del tiempo y lugar en que esas fotos fueron originalmente producidas, vistas y distribuidas (Senft y Baym 2015: 1589).

Los cuerpos se vuelven bidimensionales en las superficies lisas de las pantallas, reducidos, usando los términos de Latour. Pero el *feedback* de otros cuerpos mirando la pantalla puede contribuir a la excitación e intensidades afectivas que sacan al cuerpo fuera de este marco plano, adquiriendo otras dimensiones. Usos, prácticas y consumos digitales no sólo se relacionan con la vista y la mirada, los cuerpos de los participantes también son agarrados, movidos y afectados por estas mediaciones. Como en el caso de los testimonios y formas de duelo en plataformas como YouTube, que las convierten en “redes afectivas” en la articulación entre vídeos y comentarios, donde la intimidad corporal de los que comentan se materializa en “escalofríos, temblores, nervios en el estómago, llantos y sollozos” (Papailias, 2016: 8). No debemos olvidar que en las interacciones digitales nuestros cuerpos son movilizados y afectados físicamente, como ocurre también en otras visualizaciones de videos, más frecuentes y ordinarias que las anteriores, como el consumo de porno online (Paasonen, 2011). Desde esta perspectiva, los selfies implican por un lado, un complejo juego de miradas, al ser, al mismo tiempo fotógrafos, modelos, *curators* de imágenes y audiencia de los selfies de los demás, y por otro, la adquisición de gestos, movimientos y percepciones relacionados con nuestros cuerpos son capturados y movilizados en esos múltiples roles, que dan lugar a interacciones táctiles y afectos como la excitación, el placer, la alegría, el malestar, el asco o la repulsión (Senft 2008: 46; Paasonen 2011).

El poder de inscribir de los medios digitales genera dos transformaciones en dos ámbitos de nuestra vida cotidiana y nuestro régimen de atención. Por un lado, un gran número de aspectos ordinarios y mundanos, como conversaciones, paseos, gestos, impresiones y sentimientos banales y rutinarios, que solían ser efímeros y volátiles, inscritos sólo en nuestras memorias mudables, adquieren ahora una clase distinta de materialidad, y cierta duración y estabilidad, cuando son traducidos en inscripciones digitales que pueden ser contadas, medidas, revisadas, compartidas y comparadas. Por otro lado, las rutinas, hábitos y disciplinas en relación con las actividades cotidianas, modos de comunicación o relaciones íntimas, que no suscitaban reflexividad, están ahora inscritos digitalmente y se vuelven visibles, replicables,

medibles, aumentando por tanto las posibilidades de ser objeto de reflexividad, de interpretación personal y colectiva, así como de vigilancia por parte de otros. Ambos aspectos extienden lo que puede estar sujeto a consideración y vigilancia, a la vez que apoyan y subtienden los vínculos, conexiones y sincronizaciones íntimos.

Ejemplos de ambos aspectos se dan en lo que ocurre cuando la oralidad se traduce en interacciones escritas en correos, chats, foros o mensajes, que pueden leerse varias veces, en distintos momentos, y ser compartidos para obtener otras interpretaciones o comparados con otras conversaciones; o cuando la oralidad se vuelve además visual, en el uso de selfies y otras imágenes, mezcladas con texto, como parte de las conversaciones a través de apps de mensajería móviles, donde emerge “tu propia voz-como-imagen” (Jurgerson, 2014) ya que esas imágenes son “parte del hablar”, en palabras de uno de los participantes en una de nuestras investigaciones sobre selfies en Madrid (Lasén, 2015). Otro ejemplo contemporáneo es cómo nuestros desplazamientos cotidianos se fijan y materializan cuando se inscriben, muestran y comparan en las apps de fitness y bienestar, indicando a la vez el lugar, la trayectoria, la fecha, la hora y el tiempo que tardamos en recorrer el trayecto seleccionado, que podrá así ser comparado y “competir” con los otros usuarios y usuarias de la aplicación. O cuando lo que solían ser aspectos banales de nuestra vida diaria: la taza de café, el contenido de nuestra comida o cena, la vista de nuestra ventana; se fotografían y suben a los perfiles de redes sociales, volviéndose visibles, notorios, compartidos y objeto de múltiples formas de atención y afecto, lo que según el investigador danés Soeren Mork Petersen significa que cuando se produce una representación mediada de los aspectos materiales de nuestra vida cotidiana, estos revelan la gran intensidad afectiva de la cotidianidad (Mork-Petersen, 2014).

1.1. Intimidades inscritas y afectos materializados

El carácter afectivo de lo cotidiano es lo que mueve a tomar fotos con el móvil y subirlas a la Red, más allá de un sentido o intención particulares, como lo revelan las dificultades que tienen los participantes en la investigación de Mork-Petersen para explicar las razones de su práctica, como por ejemplo por qué comparten a diario una foto de su taza de desayuno. Esta intensidad afectiva provocada al compartir la banalidad de lo ordinario y mundano se convierte en uno de los aspectos clave de la estética fotográfica móvil (Mork-Petersen, 2014; Koskinen, 2007; Hjorth, 2008). La banalidad inscrita en esas imágenes les da la autenticidad y el carácter genuino que las hace atractivas y capaces de generar apego y vínculo (*attaching*) (Koskinen, 2007). Inscribir y compartir objetos, espacios, experiencias, sentimientos y situaciones banales de nuestra vida diaria se convierte en una manera de lograr intimidad constante (*full time*) (Matsuda, 2005), donde los rituales y la presencia a distancia son mantenidos por la información ambiental que proporcionan las fotos y otras inscripciones digitales intercambiadas, en lugar de formas de comunicación explícitas (Ito, 2005).

La investigación que realizamos en Madrid sobre los usos del móvil por parte de parejas heterosexuales de jóvenes adultos proporciona otro ejemplo acerca de la materialización de impresiones y percepciones que sostiene y desafía los vínculos y expectativas íntimos. La lista de las llamadas y mensajes, así como el registro de las conversaciones de las apps de mensajería instantánea, son usados para verificar la asimetría en la comunicación entre los miembros de la pareja, cuando uno es más

activo a la hora de llamar y escribir, y son un apoyo para las peticiones de mayor reciprocidad e interés en la relación, cuando dicha reciprocidad, así como la intensidad afectiva, el amor y el cuidado son medidos por el número de llamadas y mensajes, y también por la rapidez a la hora de contestar los mensajes o devolver las llamadas pérdidas del otro (Casado y Lasén 2014).

Los vínculos creados y cultivados en las relaciones íntimas son móviles y fluidos, pero dejan huellas en las materialidades de cuerpos y objetos. Huellas que también de manera interactiva y relacional contribuyen a producir esas materialidades (Law y Mol 1995). La posibilidad de rastrear esos movimientos y de estabilizar (al menos temporalmente) el flujo afectivo de los vínculos interpersonales depende en gran medida de esas materialidades, y ahora también de los dispositivos digitales y sus inscripciones, que juegan un papel importante en la emergencia, desarrollo y mantenimiento de esos vínculos. Así, las inscripciones digitales son otro aspecto de cómo “la tecnología es la sociedad hecha para que dure” (Latour 1991/1998), esto es, otro ejemplo de las implicaciones temporales, en términos de hábito, reproducción y repetición, de la materialización de cuerpos y objetos como condiciones de la duración y continuidad de los vínculos, relaciones, prácticas y subjetividades.

La estabilización de las representaciones, interpretaciones, afectos, modos de ser y de hacer, siempre es un problema de orden político y de disciplina moral. No podemos entender estos procesos si sólo focalizamos la atención en los dispositivos de inscripción en sí mismos. Tenemos que investigar las controversias acerca de las interpretaciones específicas de las inscripciones digitales, así como los desasosiegos, malestares y sentimientos contradictorios suscitados por los usos y prácticas vinculados a dichos dispositivos. Más aún, los materiales también son efectos de relaciones, en este caso las inscripciones digitales pueden aumentar la estabilidad de los mensajes, las imágenes y las prácticas comunicativas, pero no existen sólo por o en sí mismas. Una de las consecuencias del reconocimiento del carácter relacional de lo material es la aceptación del carácter relacional y temporal de las estabilizaciones (Law y Mol 1995).

De este modo, la ampliación del ámbito de lo que puede ser presenciado, visto, advertido, y susceptible de reflexividad no lleva necesariamente a una vida cotidiana, vínculos íntimos y ordenamientos sociales más estables. Ya que esta ampliación de los aspectos a los que prestamos atención consciente puede también acrecentar las posibilidades y ocasiones para las perturbaciones, los malestares, los conflictos, y desacuerdos. Los dos aspectos que emergen con la extensión de las inscripciones digitales: la materialización de lo que era efímero y volátil, y el aumento de las posibilidades y ocasiones para la reflexividad y la monitorización (vigilancia, control y autocontrol) entraña el potencial para el surgimiento de disonancias, controversias y sentimientos encontrados, esto es, para desestabilizar las situaciones, normas expectativas, comportamientos y percepciones corrientes. Las posibilidades para la reflexividad, el conocimiento, el control y la transmisión habilitados por lo digital generan distintas formas de conflictos, desasosiegos y afectos, como las disonancias entre lo que decimos, lo que hacemos y lo que creemos que deberíamos hacer. Lo que se ve incrementado por el colapso de contextos que se produce en las redes sociales, donde interactuamos con contactos profesionales, familiares, amigos, conocidos y desconocidos en el mismo espacio (Marwick & boyd, 2011; Wesch, 2009/2014), y por los enredos y articulaciones entre las interacciones en línea y cara a cara. La ambivalente promesa de control y autonomía ligada a los móviles y sus múltiples

apps se traduce en tensiones entre un potencial para mayor autonomía, autocontrol e individualización, así como en una mayor heteronomía, ya que nosotras mismas, nuestros cuerpos, dispositivos digitales y espacios se vuelven más accesibles, disponibles y transparentes para otros individuos, grupos e instituciones. Ambivalencia manifiesta por ejemplo en las tensiones alrededor del móvil en las relaciones de pareja acerca cómo articular los territorios individuales y los de la pareja en el uso del móvil, en las obligaciones de transparencia mutua y en el difícil acomodo de la privacidad individual dentro de la intimidad de la pareja. De manera que esas dos transformaciones introducidas por las inscripciones digitales se cargan de potencial afectivo, aumentando la capacidad de afectar y ser afectados.

Una de las consecuencias de la participación de las mediaciones digitales en los procesos de encarnación o corporeización, de hacer cuerpo, contemporáneos es que los nuevos hábitos, disciplinas y habilidades desbordan los marcos previos que contenían nuestros cuerpos volátiles (Grosz 1994), marcos como la separación entre público y privado, o el par presencia/ausencia, desafiados hoy por las modulaciones de la intimidad habilitadas por las mediaciones digitales móviles (Licoppe 2004). Las transformaciones de las intimidades actuales pueden ser captadas siguiendo las modulaciones de los vínculos íntimos e interacciones en espacios y colectivos en red, online y offline, tejiendo diferentes conexiones con lo público y lo privado.

Así, las inscripciones digitales constituyen un lugar privilegiado para entender y estudiar las inestabilidades inherentes a la división entre público y privado, y su carácter contextual, así como el “optimismo cruel” (Berlant 2011) de nuestras fantasías, apoyadas por la ideología de los discursos públicos sobre la intimidad ligados a mundos privados de amor, apoyo mutuo, armonía y ausencia de discrepancias, que contrasta fuertemente con las realidades de lo doméstico como un espacio de relaciones de poder, negociaciones y conflictos. Se da una fuerte y tácita ambivalencia en la esfera íntima, a la que se refiere Lauren Berlant con el término “optimismo cruel”. Optimismo, ya que el acento sobre la estructura afectiva de apego y cariño, estrechamente ligada a la intimidad, que nos hace sobrevivir e incluso florecer en la vulgaridad ordinaria de la vida en crisis, esconde la ambivalencia de una esfera cargada con las inestabilidades propias de la vida sexual, el dinero, las múltiples expectativas, el agotamiento, las relaciones de poder, la desigualdad (género, edad, etc.), así como las ambivalencias propias a los deseos contradictorios implicados en las relaciones íntimas, como el amor, la amistad, la sexualidad y los placeres.

La ambivalencia tácita, de la que no se habla fácilmente, y sus asociaciones con las fantasías, reglas y obligaciones, también tácitas, que siguen sin ser consideradas problemáticas, hacen que surjan fuertes críticas y sentimientos cuando la intimidad se problematiza, cuando tenemos que afrontar dichas ambivalencias y la arbitrariedad de esos elementos tácitos. Las inscripciones digitales aumentan las oportunidades de materializar, visibilizar y verbalizar estos sobreentendidos y las ambivalencias, por lo que pueden ayudar a problematizar la intimidad, sus expectativas y sus normas. A cambio, en otro ejemplo de la hostilidad hacia los que señalan problemas dentro de la intimidad, los dispositivos móviles, las apps y las redes sociales se convierten a menudo en objeto de pánicos morales y en chivos expiatorios a los que acusar de los conflictos familiares o de parejas, como hemos podido observar en nuestras investigaciones sobre parejas y móviles, y puede verse con frecuencia en los discursos mediáticos sobre estos dispositivos acusados de entorpecer la comunicación familiar

intergeneracional o de acabar con la paz en las parejas. La culpa de todo no la tiene ya Yoko Ono, sino el *whatsapp*.

3. Ética y estéticas digitales de nuestras (re)presentaciones cotidianas

Nuestras inscripciones digitales y las mediaciones en que se producen y comparten forman parte de los modos en que nos (re)presentamos ante los demás, y, con su colaboración, en nuestras vidas cotidianas cada vez más digitalizadas. Según Goffman (1956/1981), en lo que podemos leer hoy como una definición del postureo inherente a la presentación social de la persona, intentamos embellecer y estilizar esas actuaciones o performances interactivas, ofreciendo una impresión idealizada, sincronizada con los hábitos y expectativas favoreciendo una definición idealizada colectiva de la situación. Goffman hablaba de las interacciones y modos de (re)representación cara a cara, pero lo mismo puede ser aplicado a las prácticas y modos de (re)representación digitales de uno mismo (Serrano-Puche, 2012). Cuando hablamos de una definición colectiva de la situación, debemos incluir en este colectivo las características técnicas de los dispositivos, así como los aspectos comerciales y normativos de las apps y plataformas que participan de estas prácticas, como los de las redes sociales, que tienden a incorporar y ejemplarizar los valores sociales acreditados de los grupos que participan en cada situación social particular. Las prácticas o performances digitales tienen también un carácter ritual, marcado por la repetición cotidiana, y cómo los rituales son aceptados como la realidad, desplegando y llevando a cabo el rejuvenecimiento, repetición y afirmación de los valores morales de una comunidad: “el mundo es, en verdad, una boda” (Goffman, 1956: 23). Hoy, la crónica de esa boda se desarrolla en nuestras pantallas, en directo y grabada, susceptible de ser vista, compartida, comentada e interpretada, repetidas veces.

La idealización de la crónica de nuestra cotidianidad y de nuestras formas de presentarnos ante los demás, está estrechamente vinculada con el mantenimiento de un control expresivo, que, de nuevo, es colectivo y coreográfico, implicando a nuestros contactos y seguidores, así como a las posibilidades y limitaciones de los dispositivos digitales. Formas previas de control de la impresión causada, como la segregación de las audiencias en función del rol y de la situación, se vuelven mucho más difíciles, si no imposibles, en los entornos digitales, como las redes sociales, caracterizados por el colapso de contextos. Una manera de mantener este control es el cada vez más complejo trabajo de selección acerca de las imágenes y mensajes, así como la elección de diferentes aplicaciones o redes para llegar a diferentes audiencias. Esto es, el trabajo de decidir no sólo qué contenidos, qué selfies por ejemplo, se comparten y cuáles no, sino qué contenido es apropiado para cada red o app. Así por ejemplo en nuestra investigación sobre selfies, los participantes explican cómo en Instagram publican las fotos que dan la mejor imagen de sí mismos, Facebook al ser como la plaza del pueblo es el lugar donde se publican las imágenes que cualquiera puede ver. En estos dos espacios se construye la imagen pública, incluso a veces la marca personal (Banet-Weiser, 2012). Pero en las aplicaciones donde las imágenes se comparten durante un breve tiempo, como Snapchat, o las de mensajería instantánea donde puedes controlar quiénes son las personas o grupos que reciben tus fotos, se comparten fotos y videos con otro tipo de estética y estilo, dónde se muestran más relajadas, espontáneas, íntimas, e incluso burlándose de sí mismas, donde se busca

más la resonancia afectiva de la autenticidad del momento en lugar de aparecer favorecido y estupendo (Lasén, 2015; David, 2015). Los rasgos técnicos como la ausencia de archivado de las imágenes o la posibilidad de seleccionar los destinatarios son cruciales para comprender los diferentes significados de lo compartido y expuesto, así como permiten una forma de mantener cierta forma de segregación de las audiencias, que, en cualquier caso, siempre es limitada, debido a la fácil circulación y replicabilidad de los contenidos digitales.

La gestión de la impresión que se da es siempre frágil, necesita de la colaboración de los demás, tanto cara a cara como en las mediaciones digitales, y puede romperse por percances menores. Nuestras performances pueden verse alteradas por todo tipo de *glitches* o problemas técnicos, también referidos a las tecnologías o técnicas de subjetivación: *glitches* digitales, o respecto de las expectativas de género, etnicidad, clase, edad, etc. (Warfield, 2016). Hay una enorme diferencia entre nuestras subjetividades humanas, demasiado humanas (y más que humanas al estar enredadas con objetos y tecnologías), sujetas a variaciones de estado de ánimo, de intensidad y energía, de atención y autocontrol, y nuestro yo socializado como personaje creado delante de una audiencia y con su colaboración coreográfica, que no debe estar sujeto a altibajos. Goffman cita a Simone de Beauvoir para afirmar que la socialización no sólo transfigura, sino que también fija. Proporciona la gratificación social y personal de ser identificado con una figura, un personaje, una performance que nos estabiliza y justifica. A pesar del insistente discurso mediático acerca de los selfies y las redes sociales como ejemplos de narcisismo y aislamiento, este placer de la socialización como la fijación en un papel adecuado y reconocido, así como de la estilización para convertirse en un personaje identificable, bien con lo convencional, o bien con lo radical y ‘subcultural’ (Hebdige, 1979/2004), ofrece una mejor comprensión del atractivo y del éxito de estas prácticas digitales.

La estilización personal, o la personalización entendida como estilización recíproca de dispositivos, espacios digitales y usuarios, ocupa hoy en día una gran parte de nuestras prácticas digitales, y permite aligerar el peso de la individualización. Emplaza la particularidad, incertidumbre e inestabilidad individuales en algo más amplio. El estilo quita peso a la personalidad al substituir la intensificación individual por una entidad general más amplia, como pueden ser las convenciones sociales, las modas, o las reglas no escritas de nuestros grupos de pertenencia y referencia (Simmel 1902/1994). La cualidad sutil y calmante que emana de los objetos estilizados prosigue Simmel, reside en su carácter supraindividual. Los selfies con sus poses y convenciones, los perfiles y cuentas de las redes sociales, forman parte también del ámbito de los objetos estilizados socializados. Sin embargo, la descripción de Simmel también puede ser un ejemplo de “optimismo cruel” (Berlant, 2011). Por ejemplo, cuando la idealización de las fantasías de pertenencia se ve sacudida por las controversias y vergüenzas provocadas por la exposición pública de las imágenes digitales y por la imposibilidad de saber, debido a las características técnicas de las inscripciones digitales, quienes serán nuestras audiencias, no sólo ahora, sino en el futuro. O cuando el placer de la sociabilidad en las formas repetidas de (re)presentación del yo se ve amenazado por la ansiedad causada por el temor a aparecer como inapropiada o no obtener las respuestas y reacciones adecuadas y esperadas. Además, los riesgos y consecuencias de las perturbaciones, contratiempos y errores técnicos adquieren un valor diferente cuando esta estilización personal no es sólo una manera de señalar pertenencia a un grupo y sociabilidad, sino una manera también

de construir una marca personal (Banet-Weiser, 2012) que establece nuestro valor personal, social, y también económico y moral, como en la confianza que merecemos y podemos esperar de los demás, que no sólo atañe a *youtubers* e *influencers*, sino a todos los que nos jugamos nuestra reputación en las situaciones sociales mediadas digitalmente en que participamos.

De modo que estos aspectos estéticos de las mediaciones y prácticas digitales en la vida cotidiana están enredados con aspectos éticos y morales. La presentación personal es una demanda de reconocimiento, acerca de lo que una es, una reivindicación de que somos personas de una clase particular, esto es, una manera de informar a los demás lo que somos y lo que deben ver en ese “somos” (Goffman, 1956/1981). Cuando nos (re)presentamos, estamos haciendo una petición moral a los demás para que nos reconozcan, reclamando su atención, lo que adquiere un nuevo sentido y valor, además de necesitar de más esfuerzo y trabajo, dentro de las economías digitales de la atención. Y por lo tanto es una demanda para que nos traten adecuadamente. Por ejemplo, los selfies que se exhiben y comparten dan cuenta de algo más de lo que las imágenes incluyen. Las poses, gestos, enfoques, filtros, colores, animaciones son movilizadas para presentarnos al enunciar y performar decisiones, elecciones, gustos, valores molares, identificaciones con unos y distanciamientos de otros. Al mismo tiempo que todos los participantes en esas actuaciones y mediaciones digitales contribuyen a validarla, a definir lo que está bien y mal, lo que es apropiado y lo que no para la situación social particular de que se trate. La infraestructura de las aplicaciones, plataformas y dispositivos digitales proporcionan a los que reciben nuestras inscripciones digitales medios para valorarlas, validarlas o denunciarlas como inapropiadas. Además, los algoritmos que seleccionan, organizan, priorizan y esconden distintos contenidos, de acuerdo con lo que sea más lucrativo, de lo que tenga más posibilidades de atraer nuestra atención y aumentar nuestro tiempo en la aplicación, dan prioridad por tanto a lo que pueda originar más clicks. Así contribuyen a dar forma a lo que es considerado y percibido como adecuado en estos espacios, revelando su efecto moral y punitivo, así como su aporte al mantenimiento de formas de exclusión y opresión, como el sexismo y el racismo. Ya que abunda la presencia de estos contenidos en sus selecciones y recomendaciones, como en la función autocompletar de Google, debido a su atractivo sensacionalista (Noble, 2018).

Así, las performances mediadas digitalmente, móviles y colectivas, están configuradas por juicios morales acerca de lo que es apropiado o no, al tiempo que suscitan tales juicios. Están por lo tanto sujetas a las reglas cambiantes, escritas y no escritas, de lo que es apropiado o no, no sólo para nuestros contactos, conocidos y desconocidos, o de acuerdo con las representaciones sociales vigentes y los marcos culturales de actuación, interpretación y representación, sino también las reglas de los otros agentes implicados en estas prácticas digitales: como las que aparecen en los Términos y Condiciones de Servicio y Uso definidos por los propietarios comerciales de las aplicaciones y plataformas, y las distintas regulaciones legales, locales, nacionales e internacionales, implicadas.

Los consensos operativos y los desacuerdos potenciales enmarcan estas prácticas digitales colectivas, que se ven amenazadas por los riesgos de perturbaciones, ridículo, vergüenza y conflicto, si no logramos cumplir con las expectativas y obligaciones sociales y con este complejo enredo normativo; lo que Goffman ya subrayó para las interacciones cara a cara con sus conceptos de trabajo de cara y salvar la cara. Estas nociones se refieren a la gestión de la impresión que intentamos comunicar,

que también es una tarea colectiva, con distintas tácticas, como el tacto que normalmente mostramos, al menos en las interacciones cara a cara. El trabajo de cara es un baile complejo y colaborativo, aún más cuando no estamos frente a frente y nos movemos entre desconocidos anónimos, cuyo tacto y buena voluntad no están garantizados, debido al cambio en el umbral de desinhibición que se produce en la Red (Suler, 2004). Las particularidades de las mediaciones y prácticas digitales, como la distancia física y temporal, la articulación entre las interacciones sincrónicas y asincrónicas, la posibilidad de actuar de manera anónima y el colapso de contextos en las redes sociales, modifican las condiciones tanto para el ridículo y la vergüenza, como las tácticas protectoras y defensivas como el tacto, para salvaguardar la impresión fomentadas por los usuarios en presencia de otros.

4. Enredos de vigilancia y trabajo digital: hacer visible e invisible

En las prácticas digitales ordinarias donde producimos y compartimos esas inscripciones digitales en forma de imágenes, sonidos y textos, banales y extraordinarias, ligadas a diferentes emociones, desde la broma alegre al postureo más o menos irónico, las muestras de amor y cariño, la tristeza, los ‘troleos’ más o menos amables o sarcásticos, hasta el enfado y la rabia de los haters, desplegamos por tanto trabajo emocional (Hoschild, 1983) y trabajo de cara. Este último se da en las actuaciones de presentación y representación de la persona en la vida cotidiana, que siempre son formas de gestión afectiva, esto es, de expresar, controlar y gestionar sentimientos y emociones, así como modos en que nos movilizamos, experimentamos intensidades, nos activamos y enervamos, e intentamos afectar a los demás y somos afectados por la coreografía de la interacción en que participamos.

Cuando estas situaciones cotidianas se digitalizan y se llevan a cabo en las redes sociales y aplicaciones móviles, además de constituir un trabajo afectivo, desplegado por una agencia compartida, son parte de las formas actuales de trabajo digital. Esto no se refiere sólo a que estas prácticas y formas de (re)presentación digital también ocurren en las relaciones y actividades profesionales. Tampoco se trata sólo de la importancia creciente de las redes sociales para las carreras profesionales de famosos, modelos, actores, actrices, músicos y otras figuras de la cultura pop contemporánea, como métrica y validación de su popularidad y reputación; ni de que las actuaciones digitales más populares en las plataformas y apps de medios sociales puedan ser monetizadas y mercantilizadas, e incluso convertirse en un empleo en el caso de *youtubers*, *instagramers* y otros *influencers* (Abidin, 2016). Sino que nos referimos al trabajo realizado por nosotros, los usuarios y usuarias ordinarios, que producimos distintos contenidos, como nuestras actuaciones de (re)presentación, inscritos, compartidos y almacenados o archivados en nuestros dispositivos, perfiles de redes sociales y apps. Trabajamos y creamos valor para esas plataformas comerciales haciendo trabajo digital y afectivo para su lucro. Cualquier comportamiento ordinario digitalizado se vuelve trabajo monetizable. No se trata sólo de que los usuarios de estas redes sean prosumidores, esto es, que produzcan los contenidos que construyen la red. Sino de que, en estas prácticas digitales, nuestros discursos y expresiones corporales producen valor colectivo cuando son capturadas, agregadas y escaneadas por instancias mercantiles (Galloway, 2009), que las convierten, por ejemplo, en los llamados *big data*. Ya que su modelo de negocio se basa en funcio-

nar como grandes empresas de vigilancia, como observa Snowden en su tuit del 18 de marzo: “los negocios que hacen dinero recolectando y vendiendo registros de vidas privadas eran descritas antes como “compañías de vigilancia”. El cambio de marca a “social media” es el engaño más exitoso desde que el Departamento de la Guerra se convirtió en el Departamento de Defensa” (<https://twitter.com/Snowden/status/975147858096742405>). Esta vigilancia particular, llamada *dataveillance* por la investigadora José Van Dijck, constituye una vigilancia algorítmica de los datos, y de los metadatos, constante, con objetivos predeterminados tácitos, más allá del escrutinio individual, penetra cada fibra del tejido social (Van Dijck, 2014: 205).

A diferencia de las formas de presentación y representación del yo en interacciones cara a cara, no estamos desplegando una performance efímera, sino creando contenido digital multimodal, que es consumido, mercantilizado, vendido y comprado, más allá de nuestro control y conocimiento. Los recientes escándalos, como el de *Facebook* y la empresa *Cambridge Analytica*, o la revelación de que la app de contactos *Grindr* comparte de manera no segura informaciones privadas sensibles sobre sus usuarios, como su seropositividad, con otras empresas, ayudan a mitigar esta ignorancia, pero se sigue dando una absoluta opacidad acerca de cómo funcionan los algoritmos de las plataformas y cómo y para qué son usados y comercializados nuestros datos (Gillespie, 2014). Cuando nos presentamos y representamos digitalmente online o en las comunicaciones mediadas por el móvil estamos también trabajando, de forma gratuita además, para las economías algorítmicas y de datos digitales contemporáneas, en la mayoría de los casos sin ni siquiera considerarlo una forma de trabajo gratuito (Terranova, 2000), sin darnos cuenta de que estos aspectos de nuestras vidas cotidianas, que vinculamos al ocio, el entretenimiento, la opinión o la intimidad compartida, se están convirtiendo también en trabajo, sin conocer sus efectos y consecuencias, sin saber el modo en que estos algoritmos funcionan, ni cómo nuestros datos son tratados y combinados (Fuchs, 2015). Esto es lo que Ángel Luis Lara llama trabajo invisible de cuarta generación: tras el trabajo reproductivo femenino, el trabajo deslocalizado y desterritorializado, y el trabajo en negro (Lara, 2017). Un trabajo de información invisibilizado que comparte la invisibilidad para los usuarios de las formas de trabajo y de los trabajadores de información implicadas en lo digital; desde los técnicos que analizan los *clickstream* de Google, los editores voluntarios de Wikipedia, y los trabajadores extenuados de la logística de Amazon (que se han hecho más visibles y situados recientemente gracias a su movilización y huelga) (Downey, 2014: 146), como señala Gregory J. Downey esos trabajos deben ser visibilizados, examinados y situados para que también lo sea nuestro trabajo ordinario dentro de esos sistemas. A la opacidad de los algoritmos y la invisibilidad del trabajo digital se une la ignorancia acerca de la ingente cantidad energía y recursos consumidos para mantener las infraestructuras digitales que usamos a diario (Moll, 2018).

En el trabajo ordinario digital, productor de contenidos y datos, toda nuestra vida, nuestra cotidianidad, se convierte en trabajo, gratis, invisibilizado, y deslocalizado, al volverse todos los tiempos y lugares de nuestra vida sujetos a esta actividad laboral, potenciada por formas de control algorítmico que llevan la creación de valor y productividad más allá de las actividades concretas de los internautas y usuarios de las aplicaciones (Lara, 2017). Las diferencias, como las de género, edad o raza, se movilizan para la creación de valor en el mercado. De manera que, ya no se trata de que las subalternas puedan hablar, sino que deben y son animadas

a ello. Estas plataformas inducen, favorecen y apoyan la obligación de expresarse, los cuerpos deben hablar porque los algoritmos escuchan (Galloway, 2009). Esa producción de sociabilidad es la base del control y la vigilancia algorítmica tanto de nuestros contenidos como de nuestro grafo social, esto es, el sociograma que forman nuestras relaciones, contactos, *likes* y otras interacciones. Los que, convertidos en datos son vendidos a terceras partes que los utilizan para la elaboración de perfiles y también para construir modelos predictivos de comportamiento. De modo que en nuestra creciente participación en la digitalización de nuestra vida diaria somos a la vez trabajadores para esas plataformas y apps, y sus productos, en tanto que objetos algoritmizados comercializados y vigilados (Lara, 2017). De este modo, el creciente uso de bases de datos digitales, más allá de nuestro control y conocimiento, como medios de vigilancia y control ubicuos e invisibilizados profundizan la desigualdad de los ordenamientos sociales actuales, creando, por ejemplo, desventajas acumulativas para los sujetos racializados (Gandy, 2012; Daniels, 2012), para los sujetos subalternos, como, por ejemplo, en los usos de estos datos por parte de bancos y aseguradoras.

Dada la conversión de estas formas de sociabilidad mediada digitalmente en trabajo y producción de datos, privatizando un común y separando a esta actividad laboral de los marcos de regulación y sentido propio de las relaciones salariales (Lara, 2017), no es extraño que entre para responder a los problemas acerca de la protección de datos personales, la privacidad, así como para evitar la explotación y las posibilidades para la manipulación, generados por el funcionamiento de las plataformas digitales y sus actividades de datificación, encontremos varias las propuestas inspiradas en los modelos de relaciones laborales y organización del trabajo. Por un lado, la reciente regulación europea de protección de datos define la “privacidad por defecto” en estos servicios y unas normas de consentimiento más claras, específicas, unívocas y con más información para los usuarios, a la que responde la propuesta de Richard Stallman (2018) de “prohibición por defecto”, esto es, prohibir la recolección de datos, con la salvedad de aquellos estrictamente necesarios para el funcionamiento del sistema que se trate. Lo que aseguraría la protección de la privacidad y la supresión de la vigilancia, pero que daría al traste con la incipiente economía de los datos, promovida desde las mismas instituciones (UE, gobiernos nacionales) que deben implementar las medidas reguladoras. Por otro lado, encontramos propuestas como la de una lectura laboralista de las normativas para que regulen las actividades y consentimientos de los usuarios en estas plataformas a imagen de los códigos del trabajo y de la legislación laboral (paradójicamente en tiempos de desregulación respecto de dichos códigos), esto es, que por encima del consentimiento individual y subjetivo exista una regulación objetiva, como una especie de convenio colectivo, acerca de a qué se puede y no se puede consentir, evitando así la “servidumbre voluntaria” de los usuarios, por ignorancia o por necesidad de acceso y uso a esas plataformas (Maurel, 2018). Otra propuesta “laboralista” es la desprivatización de estas plataformas, que debido a su carácter global difícilmente podría ser nacionalizándolas, por lo tanto, se sugieren modalidades de cooperativa o mutua, donde las plataformas fueran la propiedad de sus trabajadores, esto es, de los usuarios ordinarios que las utilizamos, convirtiendo a las redes sociales en un común, como lo es la sociabilidad mediada por ellas, cuyos beneficios fueran destinados a proyectos e iniciativas colectivas (Beer, 2018). Lara (2017) por su parte lanza la propuesta de que de los beneficios de estas plataformas pudiera derivarse una suerte de renta básica de

ciudadanía o bio-renta, ya que la relación entre capital y trabajo se ha derivado a la relación entre trabajo y vida.

5. Conclusiones

Las mediaciones digitales de nuestras vidas cotidianas da lugar a múltiples inscripciones que contribuyen a dar forma a nuestros cuerpos, así como a las prácticas y experiencias, tanto en línea como cara a cara, y que son producidas por agencias colectivas enredadas, formadas por personas, grupos, instituciones y tecnologías, implicadas en complejos procesos de visibilización e invisibilización. Entre los primeros podemos encontrar la materialización de aspectos hasta ahora efímeros, volátiles, o que ocurrían por debajo del umbral de nuestra consciencia, como conversaciones, gestos, afectos y emociones, o rituales banales del día a día. Esta materialización digital aumenta las posibilidades y ocasiones para la reflexividad, la vigilancia, el control y autocontrol. Además de poder suscitar disonancias, controversias y sentimientos encontrados, esto es, desestabilizar las situaciones, normas expectativas, comportamientos y percepciones corrientes; como, por ejemplo, problematizar nuestro “optimismo cruel” acerca de la sociabilidad y las relaciones íntimas. Pero materialización no implica visibilidad inmediata de todos sus aspectos y agentes, el proceso de dataficación producido a partir de las inscripciones digitales se desarrolla dentro de diversos niveles de visibilidad y opacidad: desde la imposibilidad para conocer con certeza quiénes son nuestros contactos y audiencias online, y quiénes son y serán las audiencias de nuestras inscripciones digitales actuales en el futuro; pasando por la opacidad la de los algoritmos y de cómo las empresas digitales tratan, venden y utilizan nuestros datos; hasta la invisibilidad de nuestro trabajo digital, de que somos no sólo prosumidores de contenidos, sino también de datos y metadatos. Estas invisibilidades están también directamente relacionadas con las distintas ignorancias acerca de las agencias compartidas, acerca de cómo al usar los dispositivos y espacios digitales estamos también contribuyendo a producirlos y a diseñarlos. Ignoran qué se produce al atribuir las acciones sólo a algunos de los participantes: las tecnologías en el caso del determinismo y solucionismo tecnológico, o en las atribuciones populares de nuestras tensiones relacionales, familiares, de pareja o de género, a los móviles y a sus aplicaciones; los individuos, su personalidad o sus intereses más o menos colectivos en las también populares narrativas acerca de la neutralidad y mera instrumentalidad de lo digital, cuyos usos y prácticas sólo dependerían de nuestra personalidad, inteligencia, capacidad de regulación y de auto-regulación.

Las transformaciones de lo digital con el creciente protagonismo de los móviles y sus aplicaciones, así como la creciente comercialización y monopolización de la Red con la primacía de las redes sociales, están haciendo crecer la toma de conciencia acerca de la dimensión laboral de nuestras prácticas digitales, esto es, del ingente trabajo digital invisible y no tratado como tal que se moviliza. La literatura académica sobre la Red así lo recoge y también otras formas de conocimiento mediático y ordinario, casi siempre a raíz de escándalos como los destapados por Snowden acerca de la NSA, o las recientes tribulaciones de Facebook o Grindr. Esta toma de conciencia está dando lugar a propuestas para remediar esta situación y proteger nuestra privacidad que podrían acrecentar nuestro conocimiento y control acerca de la producción y uso de nuestros datos, reducir nuestra explotación laboral digital y

reforzar nuestra resistencia a ser tratados en función de nuestro selfie de datos. Estas propuestas de regulación “laboralista” volverían más visible y regulado nuestro trabajo digital, pero no nos ayudarían a evitar que nuestra cotidianidad y sociabilidad, nuestras intimidades y afectos digitales, queden colonizados por el trabajo, y sus lógicas de cálculo y racionalidad instrumental. Y dado que ni toda la vida cotidiana es trabajo, ni todo lo ordinario digital tampoco, merece la pena seguir pensando cómo vamos a continuar diseñando lo digital con nuestras prácticas, usos, asociaciones, movilizaciones y resistencias.

6. Bibliografía

- Abidin, C. (2018). *Internet celebrity. Understanding fame online*. Bingley UK: Emerald Publishing.
- Banet-Weiser, S. (2012). *AuthenticTM. The politics of ambivalence in a brand culture*. NY: NYU Press.
- Beer, D. (2018). “The power of our social media data”. *Discover Society* (en línea). <https://discoversociety.org/2018/04/03/the-power-of-our-social-media-data/> [consultado el 14 de abril de 2018]
- Berlant, L. (2011) *Cruel Optimism*. Durham: Duke University Press.
- Bolter, J. y Grusin, R. (2000). *Remediation. Understanding new media*. Cambridge: MIT Press.
- Daniels, J. (2012). Race and racism in Internet studies: a review and critique. *New Media and Society*, 15(5), 695-719.
- David, G. (2015). “All what we send is selfie. Images in the age of immediate reproduction”. En J. R. Carvalheiro y A. Serrano (eds.). *Mobile and Digital Communication: Approaches to Public and Private* (79-100). Covilha: LabCom Books.
- Downey, G. (2014). “Making media work: Time, space, identity, and labor in the analysis of information and communication infrastructures”. En: T. Gillespie, p. Boczkowski y K. Foot (eds.) *Media technologies. Essays on communication, materiality, and society* (pp. 141-165). MA: MIT Press.
- Fuchs, Ch. (2015). *Culture and economy in the age of social media*. New York: Routledge.
- Galloway, A. (2012). Does the whatever speaks? In: L. Nakamura y P. Chow-White, *Race after the Internet* (111-127). NY: Routledge.
- Gandy, O.H. (2012). “Matrix multiplication and the digital divide”. En: L. Nakamura y p. Chow-White, *Race after the Internet* (111-127). NY: Routledge.
- Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. En T. Gillespie, p. Boczkowski y K. Foot (eds.) *Media Technologies. Essays on Communication, Materiality, and Society* (167-196). MA: MIT Press.
- Goffman, E. (1956/1981). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Grosz, E. (1994). *Volatile Bodies. Towards a corporeal feminism*. Bloomington: Indiana University Press.
- Hebdige, D. (1979/2004). *Subcultura. El significado del estilo*. Barcelona: Paidós.
- Hochschild, A. (1983). *The managed heart. Commercialization of human feeling*. Berkeley: California University Press.
- Hjorth, L. (2008). Being real in the mobile reel: A case study on convergent mobile media as new media and sense of place. *Convergence* 14(1): 91-104.

- Jurgenson, N. (2014). *The Frame Makes the Photograph* (en línea). <https://www.snap.com/de-DE/news/post/the-frame-makes-the-photograph/> [consultado el 22 de abril de 2018].
- Koskinen, I. (2007). *Mobile Multimedia in Action*. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.
- Lara, A.L. (2017). “Facebook o la vida puesta a trabajar. Una aproximación a el trabajo produsuario en las redes sociales digitales”. Congreso Latinoamericano y del Caribe Trabajo y Trabajadores, La Paz (Bolivia). 3-8 de mayo.
- Lasén, A. (2015). “Digital self-portraits, exposure and the modulation of intimacy”. En: J. R. Carvalheiro y A. Serrano (eds.) *Mobile and digital communication: Approaches to public and private* (61-70). Covilha: LabCom Books.
- Lasén, A. y Casado, E. (eds.) *Mediaciones tecnológicas: cuerpos, afectos, subjetividades* (pp. 101-112). Madrid: CIS.
- Latour, B. (2004). “How to talk about the body? The normative dimension of science studies”. *Body & Society*, 10 (2-3): 205-229.
- Latour, B. (1985/1998). “Visualización y cognición: pensando con los ojos y con las manos”. *La Balsa de la Medusa*.45-46: 77-128.
- Latour, B. (1991/1998). “La tecnología es la sociedad hecha para que dure”. En: F. Domenech y F. Tirado (comp.). *Sociología simétrica* (pp. 109-142). Barcelona: Gedisa.
- Law, J. y Mol, A. (1995). “Notes on materiality and sociality”. *Sociological Review*, 43(2):274 – 294.
- Licoppe, Ch. (2004). “ ‘Connected’ Presence: The Emergence of a New Repertoire For Managing Social Relationships in Changing Communication Technoscape”. *Environment and Planning D. Society and Space* 22(1): 135-156.
- Lomborg, S. y Framdsen, K. (2016). “Self-tracking as communication”. *Information, Communication & Society*. 19(7): 1015.1027.
- Lupton, D. (2016). *The quantified self*. Cambridge: Polity Press.
- Marwick, A., & boyd, d. (2011). “I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience”. *New Media & Society*, 13 (1): 114-133.
- Matsuda, M. (2005). “Discourses of Keitai in Japan”. En: M. Ito, D. Okabe y M. Matsuda (eds.) *Personal, Portable, Pedestrian: Mobile Phones in Japanese Life*. Mass: MIT Press.
- Maurel, L. (2018) “Richard Stallman, le RGPD et les deux faces du consentement” (en línea). <https://scinfolex.com/2018/04/05/richard-stallman-le-rgpd-et-les-deux-faces-du-consentement/> [consultado el 14 de abril de 2018].
- Moll, J. (2018). “Deep Carbon”. *Research Values* (en línea). <https://researchvalues2018.wordpress.com/2018/01/03/joana-moll-deep-carbon/> [consultado el 22 de abril de 2018].
- Mork-Petersen, S. (2014). “Una banalidad ordinaria. El carácter afectivo de compartir fotos en línea”. En: A. Lasen y E. Casado (eds.) *Mediaciones tecnológicas: cuerpos, afectos, subjetividades* (pp. 101-112). Madrid: CIS.
- Noble, S. (2018). *Algorithms of oppression. How search engines reinforce racism*, New York: New York University Press.
- Papailias, p. (2016). Witnessing in the age of the database: Viral memorials, affective publics, and the assemblage of mourning. *Memory Studies*, 9(4): 437-454.
- Paasonen, S. (2011). *Carnal resonance affect and online pornography*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Ruckenstein, M. (2014). “Visualized and interacted life: Personal analytics and engagements with data doubles”. *Societies*. 4: 68-84.
- Senft, T. (2008). *Camgirls: Celebrity and Community in the Age of Social Networks*. New York: Peter Lang.

- Senft, T, y Baym, N. (2015). "What does the selfie say? Investigating a global phenomenon." *International Journal of Communication*. 9: 1588-1606.
- Serrano-Puche, J. (2012). "La presentación de la persona en las redes sociales. Una aproximación desde la obra de Erwing Goffman". *Anàlisi*. 46: 1-17 (en línea). <http://analisi.cat/article/view/n46-serrano> [consultado el 22 de abril de 2018].
- Simmel, G. (1902/1994) "The picture frame. An aesthetic study". *Theory, Culture and Society*, 11: 11-17-
- Stallman, R. (2018). "A radical proposal to keep your personal data safe." *The Guardian* (en línea). <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/apr/03/facebook-abusing-data-law-privacy-big-tech-surveillance> [consultado el 14 de abril de 2018].
- Suler, J. (2004). "The online disinhibition effect". *CyberPsychology & Behavior*, 7(3): 321-326.
- Terranova, T. (2000) "Free labor. Producing culture for the cultural economy". *Social Text*, 18(2): 33-58.
- Van Dick, J. (2014). "Datafication, dataism and dataveillance: Big Data between scientific paradigm and ideology". *Surveillance & Society*, 12(2): 197-208.
- Warfield, K. (2016) "Making the cut: An agential realist examination of selfies and touch". *Social Media + Society* (en línea), April-June: 1-10. <http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305116641706> [consultado el 22 de abril de 2018].
- Wesch, M. (2009/2014). "YouTube y tú. Experiencias de autoconciencia en el colapso contextual de la webcam". En: A. Lasén y E. Casado (eds.). *Mediaciones tecnológicas: cuerpos, afectos y subjetividades* (pp. 135-152). Madrid: CIS.