

# Primitivismo digital. Tinder y la cosmología neoliberal en la captura del amor romántico

Núria Gómez Gabriel<sup>1</sup>

Recibido: 29 de marzo de 2020 / Aceptado: 30 de junio de 2020 [Open peer reviews](#)

**Resumen.** A partir del caso de estudio de la aplicación de citas online Tinder, nos preguntamos acerca de cómo la ideología del Big Data actualiza ciertas referencias arcaicas de las artes adivinatorias. En la cosmología neoliberal de nuestro presente vivimos un resurgimiento de los sistemas de interpretación de la influencia de los astros que nos habla de una fascinación ancestral por el cielo nocturno y la necesidad de explicar nuestro origen y destino; pero que sobre todo nos habla de una maquinaria de explotación de estas necesidades y de un sistema ávido de explotarlas para sacar un rendimiento económico en base a las características propias del tiempo actual. En el universo computacional del capitalismo digital los algoritmos funcionan como oráculos: tienen la capacidad de determinar el futuro de los usuarios conectados en red según sus patrones de consumo. Los algoritmos ya no son simplemente instrucciones para ser ejecutadas, sino que se han convertido en entidades escénicas que seleccionan, evalúan y transforman las infraestructuras urbanas y las formas de vida.

**Palabras clave:** algoritmo; astrología; millennial; Nuevo Sublime; oráculo

## [en] Digital primitivism. Tinder and the neoliberal cosmology on finding romantic love

**Abstract.** Based on the case study of the online dating application Tinder, we inquire about how the ideology of Big Data updates certain archaic references of the divinatory arts. Today, the resurgence of systems that interpret the influence of the stars in our neoliberal cosmology speaks to us, on the one hand, of the survival of an ancestral fascination with the night sky and the need to explain our origin and destiny; but above all it speaks of a greed-fuelled system of exploitation that capitalises on these needs in order to obtain an output that responds to the characteristics of the present time. In the computational universe of digital capitalism algorithms function as oracles: they have the ability to determine the future of networked users according to their patterns of consumption. Algorithms are no longer simply instructions to be executed, but have become scenic entities that select, evaluate and transform urban infrastructures and our ways of life.

**Keywords:** algorithm; astrology; millennial; New Sublime; oracle

**Sumario.** 1. El futuro de la utopía romántica en el cuerpo tecnificado. 2. La paradoja de la soledad cósmica. 3. Formas de amar en la era la computación planetaria. 4. La promesa de una objetividad algorítmica. 5. Un meteorito está a punto de estallar contra el planeta Tierra. 6. Referencias.

**Cómo citar:** Gómez Gabriel, N. (2020). Primitivismo digital. Tinder y la cosmología neoliberal en la captura del amor romántico. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 17(2), 169-177.

### 1. El futuro de la utopía romántica en el cuerpo tecnificado

“The Case For Letting The Stars Determine Who I Date” es el título del *post* que publicó el pasado 17 de febrero la aplicación de citas online Tinder en el apartado “Narrativas” del blog de *estilo de vida*: *Swipe Life*. Este es el punto de partida que nos sirve para observar la relación entre algoritmos y oráculos en nuestra cosmología neoliberal; el amor según sus sistemas técnicos

de distribución; las formas de intimidad artificial; y, las relaciones entre humanos y no-humanos en el universo de los afectos automatizados.

Para comprender por qué la narrativa de Tinder está tan focalizada en la astrología y las formas de una espiritualidad milenaria, ahora espiritualidad *millennial*, como la videncia, la lectura del tarot y el interés en los ciclos lunares y los movimientos planetarios, parece necesario torcer la mirada hacia los discursos predictivos que conforman la ideología del Big Data y detenerse en

<sup>1</sup> Universitat Pompeu Fabra de Barcelona (España).  
E-mail: [nuria.gomez@upf.edu](mailto:nuria.gomez@upf.edu)

las dinámicas sociotécnicas que pone en marcha la aplicación. La referencia arcaica de ciertas formas esotéricas propias de las artes adivinatorias se actualiza hoy si pensamos en la minería de datos, y sus patrones de consumo, como la fuente de ingresos principal del capitalismo de plataformas. No sin olvidar que “una de las características más terroríficas de este monstruo al que llamamos capitalismo es la de devorar cualquier tipo de forma, expresión o ideología, cualquier acontecimiento cultural o lo que sea, por muy anticapitalista que parezca, y que todo es susceptible de ser capitalizado e incorporado, incluso las estrellas” (C. Almirall, comunicación personal, 27 de noviembre de 2019).

Desde hace décadas, el amor romántico, binario y heteropatriarcal ha reforzado aspectos de la ideología del capitalismo industrial como el individualismo, la propiedad privada, la familia nuclear y la separación de las esferas sociales por género. Y a su vez, la experiencia romántica como práctica económica conlleva el diseño y la implementación de nuevas “estructuras de sentimiento” través de las cuales el capitalismo digital captura los deseos e instintos humanos más primitivos, pero también las convenciones sociales y los modelos sexo-afectivos que dominan el presente. En su conocido ensayo *Intimididades congeladas. Las emociones en el capitalismo*, Illouz (2007, p. 113) aclara que el concepto estructura de sentimiento designa dos fenómenos opuestos: “sentimiento apunta a un tipo de experiencia rudimentaria que define quiénes somos sin que seamos capaces de articular quienes somos”. Y, el concepto de “estructura”, por su parte, sugiere también que ese nivel de experiencia tiene una estructura subyacente, es decir, que no es caprichoso sino sistemático.

La felicidad conyugal eterna, o lo que Shakespeare describió como los trabajos de amor perdidos [*love's labour's lost*], ha sido el objetivo del consumo de la utopía romántica a lo largo del último siglo hasta llegar a ser capitalizada hoy por la religión anti-humana de Silicon Valley. Si bien la producción industrial puso a trabajar nuestros cuerpos junto a las máquinas, en la actual esfera del capitalismo digital y la cibercultura, la explotación humana involucra la mente, el lenguaje y las emociones para generar valor, mientras el cuerpo físico amplía su corporalidad con su cuerpo de datos. Para convertirnos en fuerzas de trabajo autosuficientes, las grandes corporaciones del capitalismo de plataformas han difundido una serie de creencias proféticas basadas en una mayor optimización y eficacia del tiempo que disponemos para la gestión de nuestras vidas. En este contexto, los usuarios de las aplicaciones de citas online se convierten en empresarios de sí mismos: “La sexualidad y la convivencia han sido transformadas paulatinamente en mecanismos estandarizados aprobados y comercializados, y el placer propio del cuerpo ha sido sustituido por la necesidad de identidad” (Berardi, 2016a, p. 92).

Para obtener un mayor beneficio económico, aplicaciones como Tinder, OkCupid o PlentyOfFish recomiendan disfrutar de sus experiencias de usuario con optimismo, sonriendo a cámara, sin perder el tiempo, sin fracasar, trabajando duro, asegurando el éxito y con

un máximo de autorrealización y beneficio vital. Al mismo tiempo, los mantras del capitalismo financiero son reproducidos y automatizados por mecanismos de aceleración tecnológica puestos a nuestra disposición para hacer de nuestra vida, una experiencia más cómoda [*commodity* = “producto”], y de nuestra intimidad, una intimidad artificial. Algo que hace que en nuestro presente, creer en la magia parezca la consecuencia lógica de un mundo que, como diría Franco Bifo Berardi, es pura funcionalidad sin sentido. La anestesia social y emocional es “un efecto de saturación sensorial y el camino hacia la an-empatía: la catástrofe ética de nuestro tiempo se basa en la incapacidad de percibir al otro como una extensión sensible de nuestra propia sensibilidad” (Berardi, 2017, p. 65).

El mundo hiperfuncional y an-empático al que se refiere Berardi en sus estudios sobre la *futurabilidad*, se ve reflejado en el uso masivo de objetos sexuales como el Satisfyer. El conocido succionador de clítoris que puedes adquirir por unos 30 euros y que incorpora la función *free touch* (sin contacto) y que, gracias a la “innovadora estimulación mediante ondas expansivas”, promete una constelación de orgasmos en menos de dos minutos. Así lo cuenta el *spot* publicitario que lanzó en marzo de 2018 la empresa de origen alemán en el que una mujer-bala es lanzada de un cañón con forma de consolador a la luna. En su viaje estratosférico, el cielo se inunda de humo de color rosa y escuchamos su susurro que promete ‘orgasmos revolucionarios’.

Bien, si hacemos memoria y recordamos el cuento *La distancia de la luna* que Italo Calvino publicó en 1965, y que funcionaba como una metáfora de los deseos, las pasiones y las obsesiones de los humanos del planeta Tierra: la distancia que nos separa hoy de la luna es de tan solo dos minutos. El consolador más usado por la generación *millennial* es indispensable para la mujer optimizada que encaja en las lógicas de mercado de una sociedad acelerada. El Satisfyer es el reflejo de la patología temporal de una sociedad en la que no hay tiempo para la elaboración del deseo. Una temporalidad pornográfica en la que el clítoris es instrumentalizado por las autodenominadas ‘tecnologías revolucionarias’. La pornografía es la aceleración del circuito del deseo que se produce cuando no tenemos tiempo para las caricias y la seducción. No hay más tiempo para elaborar el deseo. El efecto de esta pornografía hiperfuncional es la impotencia masiva. La misma impotencia que hace que la Viagra se haya popularizado también entre los más jóvenes: “Toman Viagra porque no tienen tiempo para los preliminares sexuales; consumen cocaína para seguir estando alerta y reactivos; y Prozac para bloquear la conciencia de que su actividad laboral y su vida carecen de sentido” (Berardi, 2016b, p. 68).

La hiperfuncionalidad tiene como correlato la depresión y la impotencia masiva, tiene como correlato una sociedad más frígida en la que las hormonas humanas encargadas del placer libidinal, como los estrógenos y la progesterona, se sustituyen por el atajo que producen las nuevas adicciones a la serotonina y a la dopamina, los neurotransmisores encargados de la distribución del placer y la motivación. El Satisfyer produce orgasmos casi

de forma automática. Aunque a diferencia del placer que sentimos cuando usamos aplicaciones de *dating online* como Tinder, con el Satisfyer el orgasmo sigue ocurriendo en nuestro clítoris. Aunque ambos casos, tanto Tinder como el Satisfyer, reprograman y aceleran de forma preventiva el futuro de las relaciones sexo-afectivas de sus usuarias. Recordemos que la cultura de la generación *millennial* es una cultura sin futuro o bloqueada por todos los futuros perdidos que se proyectaron a lo largo de las décadas de los sesenta, setenta y ochenta en el paso de la *contracultura a la cibercultura* (Turner, 2010) y en las narrativas de ciencia ficción que ya a finales de los sesenta proyectaron el futuro del consumo de la utopía romántica en el cuerpo tecnificado.

Hoy vivimos en el año 2173 y en el 40.000 a la vez. Estamos destinadas a morir de placer como lo estaba Jane Fonda en *Barbarella*, la película de ciencia ficción dirigida por Roger Vadim en 1968 e inspirada en el cómic de Jean-Claude Fores y Cause Brulé. En el año 40.000 del planeta Tierra, los terrícolas usan píldoras para obtener orgasmos. *Barbarella* inicia un viaje interestelar en busca del doctor Duran Duran. Después de varias relaciones sexuales con extraterrestres, es capturada por el doctor y condenada a morir asesinada por una máquina que mata provocando enormes orgasmos. La máquina de los excesos de *Barbarella*, *The excessive machine*, es parecida a un piano y funciona por control remoto. A diferencia del Orgasmatrón que utilizan los protagonistas de la comedia de ciencia ficción *Sleeper*, que Woddy Allen dirigió en 1973, en el que el orgasmo se provoca de forma totalmente automatizada.

El protagonista de la película, Myles Monrou, era un músico que trabajaba en el restaurante *La zanahoria feliz* cuando ingresa en el hospital para someterse a una operación leve. Despierta de la operación 200 años más tarde en un estado gubernamental controlado por una cabeza masculina entronizada. La sociedad futura que relata Allen, también es una sociedad impotente y frígida pero esta vez el líder del estado decide que los habitantes delegarán sus funciones sexo-sensoriales a dos objetos: el Orgasmatrón y The Orb. El primero es una especie de ascensor donde las parejas entran y al cerrar las puertas, de forma instantánea tienen un orgasmo. El segundo es una esfera plateada del tamaño de una naranja y parecida a una bola de cristal adivinatoria pero que en lugar de predecir el futuro proporciona un estado de placer parecido al de las caricias humanas o al del consumo social del alcohol y las drogas.

No hay más tiempo para la elaboración del deseo. Los futuros distópicos que se proyectaron en las dos películas son en nuestra sociedad un futuro muy cercano. Un escenario basado en la comodidad y la optimización que empresas como Tinder, Amazon o Satisfyer han sabido capturar. Así lo demostró Jeff Bezos, el fundador de Amazon cuando dijo públicamente en 2010 que el objetivo de su empresa es satisfacer el deseo a demanda en el periodo de tiempo más corto posible. O, en sus palabras: “El mejor servicio al consumidor es el que el cliente no necesita porque el servicio simplemente funciona. *IT JUST WORKS*” (Jopson, 2012).

## 2. La paradoja de la soledad cósmica

“De ahora en adelante solo confiaré en la astrología” (Rigdon, 2019). Así empieza el artículo publicado por las plumas de Tinder en su blog dedicado a entrenar a los usuarios en los juegos del amor. Hace miles de años, cuando nuestros ancestros miraban el cielo oscuro veían un campo lleno de luces. No sabían que eran aquellas luces pero notaron algo sorprendente en ellas: sus movimientos eran predecibles y tenían efectos claros en la tierra y en la vida. Tenían efectos en las estaciones, las mareas, las cosechas y en nuestro ciclo reproductivo... Parecía lógico que esas luces suspendidas en el cielo influyeran en nuestras vidas. Por eso, siguiendo la trayectoria de las estrellas, nuestros ancestros reconocían y anticipaban eventos que ocurrían a largo plazo. Ellos catalogaron grupos celestiales en constelaciones; las constelaciones fueron personificadas con figuras humanas, objetos o animales; y, crearon mitos describiendo sus movimientos y la influencia de estos en nuestras relaciones. Por ejemplo: Acuario era el cargador de agua que trae las lluvias de la primavera y simboliza la revolución.

En la India, los astrólogos tienen una sección en las noticias y en Taiwán las mujeres planifican tener hijos en años de buena suerte marcados por el zodiaco chino. El año 2010 fue el año del tigre, de la mala suerte, el que tuvo un descenso en la natalidad. El 2012 fue el año del dragón, un año de buena suerte (Yeh, 2010). Hoy en occidente, que te interese la astrología suele significar que lees tu horóscopo o que, como aconseja Tinder, preguntas el signo del zodiaco de tu futuro encuentro para poder comprobar el índice de compatibilidad.

La relación entre el cosmos y la gobernanza también viene de lejos. En el siglo XVI, la realeza europea disponía de sus astrólogos para hacer predicciones. La Reina Elisabeth I tomaba sus decisiones de la mano del astrólogo John Dee. También la literatura, como máquina de amor, ha sumado una larga lista de referencias a nuestra distancia con el cielo para escribir la vida de sus personajes. Shakespeare escribió la relación entre Romeo y Julieta con numerosas referencias al destino cósmico. Los amantes eran *starcrossed lovers*, condenados por el destino trágico de sus estrellas.

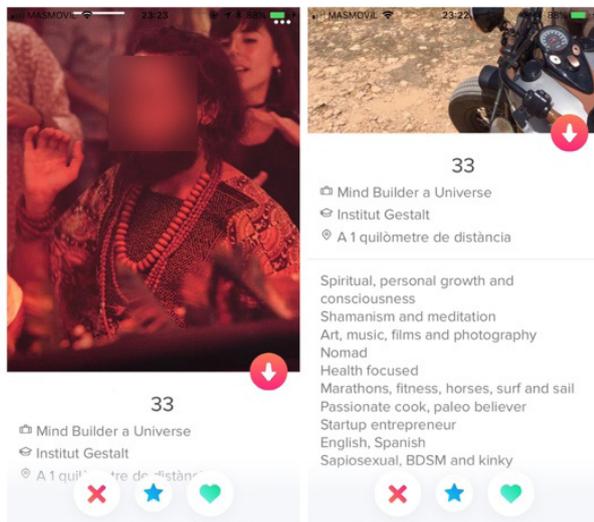
En la década de los sesenta, se celebró la entrada en una Nueva Era. La Era de Acuario. La banda musical The 5th Dimension ya anunciaba en su *hit* de 1966 que el amor reside en las estrellas. Dos años más tarde, Linda Goodman publicó su best seller *Los signos del sol* (1968), en el que prometía ayudar a reconocer los sueños ocultos de las personas en lo que ahora reconocemos como la personalidad de los zodiacos. En los ochenta podías llamar por teléfono a Jane Dixon, Joyce Jillson o Daryl Martyni para obtener orientación cósmica y poder encontrar el *verdadero amor*. Las tele-predicciones han convivido con la pornografía a lo largo de muchas noches en el televisor.

Susan Miller, la astrologa de Tinder sabe que el futuro de la vida de los *millennial* es fuente de dinero y preocupación. De acuerdo con los datos proporcionados por Tabular Tabs, la herramienta especializada en

medir los contenidos de las redes sociales, entre 2016 y 2017 los videos de astrólogos en YouTube aumentaron el 62%. En Facebook, el 116%. Y, en Twitter hubo un aumento del 300% de comentarios sobre el tema (Romano, 2019). Este aumento supone un modelo de espiritualidad que se basa en el poder divino de las estrellas y sus efectos en los perfiles digitales. La astrología apela al deseo de encontrar un pequeño lugar en un vasto universo, pero si identificar en el universo el cinturón de orión es verse proyectado en una realidad que se nos presenta como caótica, identificar a tu *perfect match* en el *feed* de la aplicación es verse proyectado en el orden de una realidad basada en el éxito y la superación personal.

Figura 1. Perfil *Mind Builder a Universe*.

Fuente: Tinder App.



La tecnología, en todas sus variantes pero especialmente desde la aparición de la electrónica y más tarde las redes, ha experimentado un crecimiento sujeto a una aceleración exponencial. Escribe el poeta de la Generación Nocilla Agustín Fernández Mallo (2018) que “no sólo la extensión de la tecnología sino sus prestaciones y aplicaciones se elevan al cielo vertical en el que habitan todos los aparatos, desde la rueda y el hacha de sílex a la propia Alexa, que ya nos mira desde allí arriba”. Sin embargo, la percepción que los humanos tenemos de nuestro entorno –incluyendo la tecnología– parece que lejos de crecer a un ritmo exponencial lo hace linealmente en un horizonte horizontal. De modo que la tecnología global y el humano medio se hallan cada vez más desconectados. Esta es la paradoja de la soledad cósmica: mientras nuestros entornos se ensanchan y expanden en macrópolis intangibles, el crecimiento exponencial de las aplicaciones tecnológicas está a punto de alcanzar la línea vertical hacia el infinito. Nuestro perfil digital se ha fugado junto a Alexa. Allí arriba, en el cielo vertical desde el que nos miran los objetos.

### 3. Formas de amar en la era la computación planetaria

Las ramas de los árboles en el documental *Androids in the Woods* del artista Toni Amengual son una segunda

naturaleza. Amengual decidió crearse un perfil en Tinder durante su residencia en Finlandia a lo largo del 2017 con el fin de documentar su experiencia acerca del amor y las relaciones en el país del frío y la oscuridad. Las ramas de los árboles son una segunda naturaleza; un paisaje computacional; una simulación recreativa. La tecnología como segunda naturaleza te cuida y te protege si sabes cómo vivir en ella. El poeta de la Generación Beat Richard Brautigan describió el siguiente paisaje en *All Watched Over by Machines of Loving Grace* (1967): “En un bosque cibernético habitado por pinos y electrónica, los animales pasean pacíficamente por los ordenadores como si fueran flores”. Ahora imaginad al usuario de Tinder sentado pacíficamente en un mismo paisaje. Está viendo pasar los androides en el bosque mientras se desplaza a través de las ofrendas de la aplicación. Reconoce algo que le parece bello y mueve el dedo hacia la derecha. El gesto dispara una señal electrónica que se desplaza por una vasta red de cables subterráneos y subacuáticos. Llega a un servidor, que transmite la emoción como una orden específica. Y como un hechizo matemático se calcula la posibilidad romántica de su relación. Dice Luciana Parisi (2013, p. 9) en sus estudios sobre arquitecturas contagiosas que “los paisajes computacionales con sus sistemas y algoritmos ya no son simplemente instrucciones para ser ejecutadas, sino que se han convertido en entidades escénicas”. Entidades que seleccionan, evalúan, transforman y producen datos. Los algoritmos siempre atentos a los paquetes de datos construyen espacios y tiempos digitales que programan las formas arquitectónicas y las infraestructuras urbanas: programan los modos de vida.

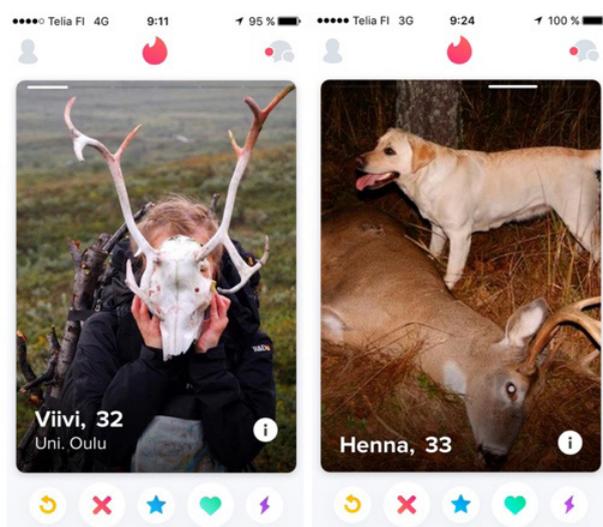
En el bosque de los algoritmos nuestra experiencia es la del Nuevo Sublime. La plataforma de investigación en tecno-ecología de Milano Captcha propone este concepto en relación al paisaje computacional. En la distinción entre cultura y natura se esconde la cuestión de la autonomía y el control. La cultura es todo aquello que controlamos y la naturaleza es todo aquello que tiene una cualidad autónoma y que queda fuera del alcance del poder humano. Pero en esta definición, el colectivo argumenta que “un tomate de invernadero es igual de controlable que una botella de plástico producida en serie y un virus informático o un algoritmo son tan autónomos como una maleza o una plaga” (Captcha, 2019).

Lo Sublime es el concepto filosófico que se ha utilizado para describir la intimidad de percibir y experimentar los procesos naturales que no podemos entender. Lo oscuro, incierto y confuso de Burke. La dinámica y la matemática de Kant. Lo Sublime es una experiencia de libertad interior basada en algún tipo de fracaso cognitivo temporal. Un fracaso cognitivo es lo que sentimos cuando nos enfrentamos a procesos computacionales que no producen resultados predeterminados. Algo parecido a lo que sentimos cuando escuchamos por primera vez el silencio de Alexa... Las aves migratorias se mezclan con los drones. Vivimos en una segunda naturaleza y de nuevo volvemos a mirar el cielo estrellado. Con una mirada que ya no es sólo nuestra. En los extremos del paisaje. Donde hace frío. Donde siempre es de noche y la oscuridad es brillante.

La existencia de muescas en huesos de animales del Paleolítico Superior revelaban que los antiguos pobladores llevaban un registro de observaciones lunares que usaban para preparar la caza (Marshak, 1961). Las lunas inscritas en el hueso de la presa como forma de dominio y control. Los cielos celestes de nuestros ancestros fueron el vehículo para predecir, entre otras cosas, las épocas de buena caza y recolección. Pero en el bosque de Tinder el hueso es una narrativa y la luna el cálculo matemático de la aplicación. Hemos pasado de mirar el cielo estrellado para salir a cazar, a ser cazados por algoritmos en un *continuum Loop* del cazador.

Figura 2. *Androids in the Woods*, Toni Amengual, 2018.

Fuente: comunicación personal con el autor.



Detengámonos un momento en este mecanismo: el *Loop* del cazador. Veamos como este modelo de instinto primitivo se activa en nuestro cerebro para entender por qué, como decíamos al inicio, las formas de amar en la era de la computación planetaria son cada vez más frías y utilitarias. Según Dori Adar (2014), el director creativo de la empresa internacional de videojuegos TabTale (Crazy Labs), el *Loop* del cazador tiene 6 fases:

1. *Localización de formas y patrones.* A nuestro cerebro le encanta jugar a reconocer formas y patrones. Lo hacemos cuando reconocemos formas familiares en las nubes o cuando jugamos al Candy Crush. Lo hacemos hasta que encontramos alguna señal que desencadena una emoción.
2. *Imaginar el premio.* Al detectar la presa, el corazón empieza a latir más rápido. Se parece a un ciervo, piensas. Pero lo que realmente ves es el premio que hay detrás. Algo parecido a cuando te compras un número de lotería y empiezas a proyectar todo lo que harás cuando seas millonaria. Imaginar el premio hace que nuestro cerebro se motive con dulces dosis de dopamina. Es el *let's do it feeling*, la expectativa y la motivación. Esta dosis de dopamina es suficiente para empujar al usuario a la tercera fase.

3. *Pequeñas acciones.* El cazador decide actuar. Un gesto simple o una pequeña acción es suficiente. Se desplaza al lugar y espera al momento perfecto para atacar.
4. *Anticipación.* El usuario sigue segregando dopamina para mantener el foco de atención en alerta. El objetivo es cada vez más deseable. El cazador está preparado para pasar a la gran acción.
5. *El ataque.* Todo se canaliza cuando el cazador entra en la batalla.
6. *La recompensa.* El premio, la retribución. Como si todo estuviera planeado. Este es el final del *Loop* que deja al cazador satisfecho hasta que vuelva a estar hambriento (Adar, 2014).

Muchos juegos usan este bucle como hueso para su estructura narrativa pero en la mayoría de ellos se omite la fase 5: no hay grandes batallas físicas para el cazador porque al ser de otra forma el juego sería demasiado *hardcore*. Aquí es importante ver como la recompensa estética que se activa en nuestro cerebro al identificar a nuestro reproductor ideal es ahora un mecanismo de recompensa aleatoria. A veces es mayor o menor, a veces no hay recompensa. Como cuando comemos frutos secos con cáscara. Descubrir lo que hay dentro es lo que nos mantiene enganchados. Nir Eyal, el autor del conocido libro *Hooked*, lo describe de la siguiente forma: “si cada vez que abriéramos la puerta de la nevera, encontráramos productos diferentes, la abriríamos mucho más” (Eyal, 2014, p. 10).

Desde que Tinder ha aplicado el *Loop* del cazador en el proceso de seducción humana que es ahora un juego virtual [*casual game with benefits*], el *match* es el sustituto de la gran batalla y los cazadores pueden continuar y hacer tangible su premio en la vida real. Pero en muchas ocasiones el proceso de seducción acaba precisamente ahí, en el *match*. Esta es la recompensa. El premio que reafirma tu índice de deseabilidad. Pero el sistema humano dopaminérgico es insaciable, así que, a diferencia de los neurotransmisores que dicen a tu cerebro que tu estomago está lleno, en el caso de Tinder siempre vamos a querer más. Tinder monetiza el tiempo que pasamos en la aplicación, monetiza nuestra insatisfacción, así que tiene sentido que el objetivo de la app sea incentivar el círculo vicioso que vive el usuario de expectativa-*subidón*-insatisfacción.

Aunque las aplicaciones de citas online producen billones de encuentros virtuales, su objetivo es precisamente este: que pasemos tiempo en la aplicación porque solo así la empresa obtiene más beneficio. Obtiene más puntos de información. La minería de datos en los juegos del amor es un negocio seguro: mientras estamos atrapados en el *Loop* del cazador, la aplicación hace de su bola de cristal un oráculo cada vez más visitado. Pero ¿cuáles son las respuestas del oráculo de Tinder?, ¿cómo se programan?, ¿qué datos fluyen en sus cálculos? y, ¿cuál es la relación entre usuario y proveedor? Para responder estas preguntas, veamos cómo la aplicación construye nuestra identidad algorítmica en función de nuestros patrones de consumo.

#### 4. La promesa de una objetividad algorítmica

El estudio de los algoritmos desde una perspectiva sociológica lleva implícita la promesa de una objetividad algorítmica. La promesa de una imparcialidad que se le supone al carácter técnico del algoritmo es imposible de desvincular del poder que obtienen sus proveedores para conocer o predecir las prácticas de sus usuarios. Aunque el funcionamiento específico de los algoritmos de Tinder es una caja negra [*black box*] que no se revela públicamente, y su código es siempre un lenguaje opaco bajo el argumento del *copyright*, sabemos que están creados en función de una idea de éxito cuantitativa en relación a un mayor número de *likes* y *matches*. Un número que la aplicación evalúa y clasifica a partir de su clase social, su riqueza y su orientación sexual y afectiva.

Elo-score o el “algoritmo de deseo”, “no es un simple indicador de belleza [según explica Sean Rad, el creador de la aplicación de citas online más popular], sino que es un sistema de puntuación muy complejo para evaluar la deseabilidad de un perfil” (Duportail, 2019, p. 22). El término deriva del mundo del ajedrez donde se usó el mismo sistema para clasificar los niveles de habilidad de un jugador. Forma parte de una rama específica de las matemáticas, la teoría de juegos, que estudia e intenta modelar las decisiones que toman los individuos en sus interacciones. Esta apropiación del sistema de puntuación de los jugadores por parte de las aplicaciones de citas online constituye lo que el sociólogo alemán de la universidad de Bremen Thorsten Peets junto a la periodista y escritora Judith Duportail han señalado bajo el concepto de la “sociedad de evaluación” (Duportail, 2019, p. 82). Elo-score hace dos cosas: califica a cada usuario de acuerdo con cada algoritmo y determina la visibilidad en el entorno de Tinder de acuerdo con su puntuación. Los nuevos usuarios reciben un impulso de visibilidad extra al inicio del juego. El algoritmo visibiliza a los usuarios en base de su “clase social de deseo”, invisibilizando a su vez el rechazo y la negación. Ser rechazado es algo que la gente intenta evitar tanto como sea posible, por esto Tinder ha tenido tanto éxito, porque ha conseguido eliminar el rechazo como variable en el juego de seducción. O, al menos lo ha borrado de la experiencia de usuario. Pero Tinder no solo invisibiliza el rechazo sino que también puede decidir negar la coincidencia con alguien, simplemente ocultando la presencia de sus usuarios. La empresa programó este “comportamiento” para que no sea posible emparejarse con personas con una nota de deseo superior. Con el fin de dar oportunidades a personas con una puntuación más baja, la aplicación apuesta por una mayor estratificación social.

¿Cómo lo hace? Los algoritmos son un reflejo distorsionado de lo que hacemos y de lo que somos con la capacidad de predecir el comportamiento de nuestras acciones físicas. A medida que pasamos de la era de la información a la era del aumento, los sistemas computacionales nos proponen cada vez más recomendaciones personalizadas. Tinder funciona con la combinación del

algoritmo de aprendizaje automático TinVec con una inteligencia artificial.

Steve Liu, el ingeniero de la aplicación, explicó en el simposio The Machine Learning Conference de San Francisco, que el sistema funciona asignando un vector a cada *swipe* o movimiento. Y, cada vector lleva asociada información de los usuarios como actividades, intereses, entornos, nivel educativo y trayectoria profesional. Cuando la herramienta detecta que dos usuarios que comparten características se encuentran cerca, los visualiza mutuamente (Liu, 2017).

Además, Tinder también posibilita el encuentro virtual de los usuarios según la distribución de su vocabulario. Word2vec es un algoritmo parecido al anterior, también actúa por vectores de información, pero esta vez sugiere a los usuarios que comparten un mismo “estilo de comunicación”. Word2vec identifica idiomas, dialectos y formas de jerga. Es decir, que la respuesta del oráculo de Tinder es lo que los ingenieros en ciencias computacionales se refieren como la cámara del eco [*echo chambre*]. Imaginemos esta vez al usuario de Tinder en el centro de una sala de los espejos parecida a las que hay en los circos y los parques de atracciones. Una cámara que ya no es oscura sino que está llena de reflejos distorsionados de su *persona* y de sus acciones en la vida posinternet.

Figura 3. *Automating Tinder with Eigenfaces*.

Fuente: Reddit.com



El algoritmo Caras Propias (*Eigenfaces*) superpone las fotos de todos los perfiles que la usuaria ha desplazado y con la suma de todos los *likes* y *dislikes*, crea un perfil fantasma. Un perfil que es la superposición de todas las decisiones o *swipes* que el usuario ha tomado en su tiempo dentro de la aplicación y con el que, más tarde, el algoritmo reconoce, compara, ordena y predice aquello que le mostrará en pantalla. Esta es la respuesta del oráculo Tinder. Pero esta matriz no es solo individual porque, como decíamos, los algoritmos conviven con una inteligencia artificial que guarda en su memoria las decisiones que los usuarios tomaron en el pasado y a partir de esta memoria de datos reproduce esquemas de comportamiento y calificación. Por ejemplo, si en el pasado un perfil tuvo buenas coincidencias con un usuario caucásico, la aplicación sugerirá a las personas caucásicas como buenas coincidencias (OkCupid, 2014). El oráculo continuará la misma trayectoria sesgada. Y, aunque los sesgos sean el reflejo de las prácticas sociales,

existen otros criterios que sesgan en función del beneficio comercial o político del proveedor. Por eso, desde una perspectiva sociológica, la promesa de una objetividad algorítmica es una paradoja.

Esta paradoja fue revelada en 2018 por la androide Michihito Matsuda. El primer robot con inteligencia artificial que se presentó a la Alcaldía de Tama, un distrito de Tokio, con el objetivo de acabar con la corrupción política y que quedó tercero en las listas con un total de 4013 votos. Su campaña consistía en gobernar con “más eficacia”, de “forma imparcial”, y acabar con la corrupción porque solo un robot puede almacenar una gran volumen de información y tomar decisiones en función de este. Pero Matsuda fue creado por el exempleado de Google Norio Murakami y por Tetsuzo Matsuda, el vicepresidente de Softbank, una importante compañía proveedora de servicios móviles. Así que, bajo la promesa de la objetividad algorítmica en su campaña anticorrupción, se escondía una nueva forma de gobernanza y control basada en la privatización de la experiencia y su administración política.

Pero veamos cómo esta paradoja de la objetividad imparcial se revela en nuestra mirada de un cielo que, si antes nos observaba, ahora cae sobre nosotros como una realidad sesgada.

Figura 4. *Moon Mode*. Fuente: Huawei P30 Pro.



El teléfono móvil de la multinacional china Huawei P30 Pro incorpora la función Modo Luna [*moon mode*]. Una prestación que, como Tinder, opera a través un algoritmo de aprendizaje automático, pero que esta vez toma la información conocida de la cara de la luna para aclarar, estabilizar y arreglar la imagen. Esta inteligencia artificial es capaz de identificar cuando el usuario está tratando de encuadrar la luna y reconoce más de 1300 escenarios (Brown, 2019). Cuando identifica el objetivo del usuario le devuelve una mejora y optimización del enfoque y la exposición de la imagen lunar. Pero el algoritmo no solo optimiza la fotografía sino que la *samplea* con imágenes preexistentes. Es decir que la foto que obtienes con el Modo Luna es el estándar de calidad de la empresa: el híbrido de tu imagen y la suma de aumentos artificiales que han sido programados para, según comenta la compañía, “ayudar a capturar adecuadamente la belleza de la luna” (Brown, 2019). Una *luna llena llena*. Una belleza sin matices que altera la verdad de la imagen de forma parecida a como lo hacen los fil-

tros Snapchat. La respuesta del sesgo comercial de la empresa que busca vender más teléfonos inteligentes y que lleva implícita la estandarización de nuestra relación con el entorno.

## 5. Un meteorito está a punto de estallar contra el planeta Tierra

El cielo que nos observa ahora cae sobre nosotros. Un meteorito está a punto de estallar contra el planeta Tierra con la pregunta: ¿Con quién pasarías tu última noche con vida?. El pasado 6 de octubre Tinder estrenó *La Swipe Night* (noche desplazada), una mini-serie dirigida por Karena Evans y retransmitida por medio de la aplicación. Un juego para que elijas tu propia aventura que es a su vez una mini-serie online y una mejora en las cualidades del algoritmo de la celestina digital. El segundo trimestre de 2019 la aplicación perdió un 10,8% de entradas en la aplicación y como respuesta, ofreció de manera gratuita una “dosis extra de diversión”.

Todos los domingos de octubre de 18 a 24h la serie interactiva de Tinder enfrentó a sus usuarios a un apocalipsis inminente. *La Swipe Night* es un relato en primera persona escrito en colaboración con Nicole Delaney y Brandon Zuck, directores de películas producidas por Netflix y HBO. En ciertos puntos de inflexión, el usuario tiene que decidir que le deparará el futuro. Pero sus decisiones dictarán más que un mero relato, también influirán en sus futuras coincidencias y de qué hablarán con ellas cuando la aventura épica termine.

Su ideología es binaria y su estructura narrativa hija de los librojuegos que ya a finales de los setenta entraron en el mercado de la mano de Bantam Books. Los libros *elige tu propia aventura* anticiparon la navegación narrativa a través del hiperlink. Fueron los precursores del hipertexto y el espacio digital. Algo que, como argumenta Lee Mackinnon (2016, p. 52) en sus reflexiones sobre las máquinas de amor, “invistió la forma lineal del libro en un giro parecido al que Atari realizó cuando transformó la televisión pasiva mediante el lanzamiento de su primer video juego Pong”. En los librojuegos, la simple elección de una página por encima de la otra podía representar la diferencia entre la vida y la muerte. Y, la habilidad de interactuar y jugar con dispositivos que previamente transmitían las decisiones del narrador parecía intuitivo y mágico: la magia que marcó una división entre los períodos predigital y postdigital.

Estructurada en seis episodios de cinco minutos, *La Swipe Night* presenta a sus protagonistas en la fiesta de celebración del acercamiento al meteorito, donde se anuncia el desvío de su trayectoria hacia al planeta Tierra. La amenaza siembra el caos y la prisa. El usuario dispone de 7 segundos para responder a preguntas como: ¿le digo lo guapa que está o me río de ella?, ¿cubro a Graham porque le ha puesto los cuernos a Alexis o le digo la verdad?, ¿salvo a Alexis o salvo a su mascota?, ¿cojo los medicamentos o me como una bolsa de *chetoos*?, ¿nuestras decisiones importan o no valen nada?, ¿le ayudo o le ignoro?, ¿le pido prestado el móvil o se lo robo directamente?, ¿sigo mis instintos o me convierto

en héroe?, ¿prefiero morir sola o con alguien especial?, ¿llamo a mi familia o acabo con mi vida tirándome al mar?...<sup>2</sup>

Preguntas que el usuario debe responder rápido, de forma parecida a cuando se hace un test psicológico. Después de cada capítulo se añadan sus decisiones en su perfil. Y así, el resto de usuarios pueden acceder a más indicios sobre tus rasgos de personalidad. Aunque estas “decisiones críticas” no solo sirven a los usuarios para romper el hielo, sino que sirven a la empresa como indicios de predicción porque es en los momentos críticos, cuando se revela nuestra verdadera intención.

La Swipe Night es una herramienta de espionaje y vigilancia emocional. Además de optimizar nuestro avatar digital según los parámetros de la empresa, su mecánica sirve a los proveedores para conocer mejor nuestras emociones y ajustar al máximo el beneficio comercial. Aunque no es la primera vez que Tinder implementa su beneficio con técnicas de entretenimiento para aumentar el compromiso y la motivación de sus usuarios. Recordemos la función Spring Break (o Modo Erasmus) para planificar las vacaciones de universitarios de entre 18 y 24 años, y el Modo Festival en el que, junto a las empresas de entretenimiento global Worldwide y Live Nation, crearon la función que permite conocer a personas afines a tus gustos y personalidad en los festival multitudinarios. Funciones que buscan un mayor compromiso del usuario y que son a su vez plataformas de extracción de datos mediante herramientas de *online tracking*.

El cielo cae sobre nosotros y en su lugar crecen las ramas de un bosque artificial. Si como decíamos al principio, la distancia que nos separa hoy de la luna es de dos minutos, y su superficie es una verdad alterada que determina y organiza nuestra existencia en base al sesgo comercial de la pornografía emocional, estamos destinadas a morir de placer como lo estaba Jane Fonda en *Barbarella*.

Como hemos explicado a lo largo de esta constelación, la relación entre el cielo y el destino, con sus mitos y relatos, es una relación de dominio y control. El dominio de la tecnología como segunda naturaleza y las formas de control de nuestro cuerpo de datos, delegado, cada vez más utilitario y funcional.

Si dejar que los astros determinen nuestro destino parecía ser, en otro momento, cosa del pasado, de locos, de *frikis*, de feministas, de brujas, de crédulos o de comunistas, hoy ya no es así (Caterina Almirall, comunicación personal, 2019). El fenómeno de canibalización de los oráculos y la astrología en el lenguaje mediático utilizado por las grandes corporaciones del capitalismo digital ha transformado los conocimientos ancestrales en la captura del deseo y las relaciones humanas. En la era de la computación planetaria nuestro amor se ha desplazado por las funciones (y aplicaciones) que nos elevan al cielo vertical donde habitan los objetos. Y en esta fuga exponencial hacia el infinito, nuestra experiencia es la del Nuevo Sublime: somos *el caminante sobre el mar de nubes* mientras observamos cómo la inmensa e infinita segunda naturaleza se despliega en toda su grandeza por debajo de nuestros ojos. En los extremos del paisaje. Donde hace frío, es de noche y la oscuridad es brillante.

## 6. Referencias

- Adar, D. (5 octubre, 2014). *The secret of Tinder* [Mensaje en un blog]. Recuperado de: <https://www.doriadar.com/2014/12/18/the-secret-of-tinder>.
- Amoore, L. y Piotukh, V. (Eds.) (2015). *Algorithmic Life: Calculative Devices in the Age of Big Data*. Nueva York: Routledge.
- Berardi, F. B. (2017). *Futurability: The age of impotence and the horizon of possibility*. Londres: Verso Books.
- Berardi, F. B. (2016a). *El trabajo del alma: de la alienación a la autonomía*. Buenos Aires: Cruce.
- Berardi, F. B. (2016b). *Héroes. Asesinato masivo y suicidio*. Madrid: Akal.
- Brautigan, R. (1968). All watched over by machines of loving grace. *TriQuarterly*, 11, 194.
- Brown, C. S. (24 abril, 2019). *Huawei P30 Pro 'Moon Mode' stirs controversy (Update: Huawei responds)* [Mensaje en un blog]. Recuperado de: <https://www.androidauthority.com/huawei-p30-pro-moon-mode-controversy-978486/>.
- Calvino, I. (1965). *Le Cosmicomiche* [Las cósmicómicas]. Turín: Einaudi.
- Captcha. (8 septiembre, 2019). *Computational Landscapes and The New Sublime* [Mensaje en un blog]. Recuperado de: <https://strelkamag.com/en/article/computational-landscapes-and-the-new-sublime>.
- Cheney-Lippold, J. (2011). A new algorithmic identity: Soft biopolitics and the modulation of control. *Theory, Culture & Society* 28 (6), 164-181.
- Duportail, J. (2019). *L'amour sous algorithme*. París: Goutte d'or.
- Eyal, N. (2014). *Hooked: How to build habit-forming products*. Londres: Penguin Books.
- Mallo, A. F. (27 diciembre, 2018). *El amor exponencial* [Mensaje en un blog]. Recuperado de: <https://www.fnac.es/El-amor-exponencial/cp2759/w-4>.
- Marshak, A. (1964). Lunar Notation on Upper Paleolithic Remains. *Science*, 146 (3645), 743-745. <https://doi.org/10.1126/science.146.3645.743>.
- Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. In Gillespie, Tarleton, Pablo J. Boczkowski & Kirsten A. Foot (eds.) *Media technologies: Essays on communication, materiality and society*. MIT Scholarship Online, 167-193.
- Hutson, J.A., Taft, J. G., Barocas, S. and Levy, K. (2018). “Debiasing Desire: Addressing Bias & Discrimination on Intimate Platforms” *Proceedings of the ACM On Human-Computer Interaction (CSCW)* 2:1-18, <https://doi.org/10.1145/3274342>.
- Illouz, E. (2009). *El consumo de la utopía romántica: El amor y las contradicciones culturales del capitalismo* (Vol. 3053). Buenos Aires: Katz Editores.

<sup>2</sup> Esta lista es una selección de preguntas compilada a partir del total de los dilemas binarios que aparecen en los capítulos de la serie interactiva Swipe Nigt. Disponibles en la aplicación Tinder.

- Illouz, E. (2007). *Intimidadas congeladas. Las emociones en el capitalismo*. Buenos Aires: Katz Editores.
- Jopson, B. (9 julio, 2012). *The Bezos doctrine of ruthless pragmatism* [Mensaje en un blog]. Recuperado de: <https://www.ft.com/content/2398876a-c202-11e1-8e7c-00144feabdc0/>.
- Liu, S. (10 noviembre, 2017). *The TinVec Approach*. [Mensaje en un blog]. Recuperado de: <https://www.slideshare.net/SessionsEvents/dr-steve-liu-chief-scientist-tinder-at-mlconf-sf-2017>.
- Mackinnon, L. (2016). Love Machines and the Tinder Bot Bildungsroman. *Eflux*, 74. <https://doi.org/https://www.e-flux.com/journal/74/59802/love-machines-and-the-tinder-bot-bildungsroman/>.
- OkCupid. (10 septiembre, 2014). *Race and Attraction, 2009-2014* [Mensaje en un blog]. OkRecuperado de: <https://theblog.okcupid.com/race-and-attraction-2009-2014-107dccb4f060>.
- Parisi, L. (2013). *Contagious architecture: Computation, aesthetics, and space*. Londres: Mit Press.
- Rigdon, G. (27 febrero, 2019). *The Case For Letting The Stars Determine Who I Date* [Mensaje en un blog]. Recuperado de: <https://swipelife.tinder.com/post/horoscope-compatibility>.
- Romano, G. (27 setiembre, 2019). *Astrologia ganha fôlego na internet com interesse dos 'millennials'* [Mensaje en un blog]. Recuperado de: <https://veja.abril.com.br/tecnologia/horoscopo-internet-astrologia-startups>.
- Smicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Turner, F. (2010). *From counterculture to cyberculture: Stewart Brand, the Whole Earth Network, and the rise of digital utopianism*. Chicago: University of Chicago Press.
- Yeh, J. (4 abril, 2010). *Chinese Zodiac Signs: The Year of the Tiger* [Mensaje en un blog]. Recuperado de: <https://www.taiwannews.com.tw/en/news/1194322>.