

No dejes de mirar: Imágenes, intimidad y redes sociales en las series de ficción *Black Mirror*, *Euphoria* y *Clickbait*

Ez Utzi Begiratzeari: Irudia, Intimitatea eta Sare Sozialak Black Mirror, Euphoria eta Clickbait fikziozko telesailetan

Don't Stop Looking: Image, Intimacy and Social Networks
in fiction series *Black Mirror*, *Euphoria* and *Clickbait*

Marta Labad Arias*

U-tad, Universidad de Tecnología y Arte Digital

RESUMEN: Este artículo examina el ensamblaje entre intimidad, imagen y redes sociales en la sociedad actual, a partir del análisis de escenas de las series de televisión *Black Mirror* (Channel 4, 2011-2014; Netflix, 2016-), *Euphoria* (HBO, 2019-) y *Clickbait* (Netflix, 2021-). El ensayo articula estas producciones con otras, como *Playtime* (Tati, 1967), *Blow-Up* (Antonioni, 1966) o *A través del espejo* (Fontcuberta, 2010), para analizar el rol de la imagen y las redes sociales en la reconfiguración de la intimidad, así como la producción de subjetividad. El texto traza las dinámicas que acontecen hoy en la ficción y en la vida real: autoexplotación, búsqueda de validación constante, deseo de ser vistas, afectos y malestares que emergen en este nuevo acoplamiento con la máquina.

PALABRAS CLAVE: imagen; intimidad; redes sociales; autoexplotación; visibilidad.

ABSTRACT: This article examines the new assembly between intimacy, the image and social networks in contemporary society by analyzing scenes from the fiction series *Black Mirror* (Channel 4, 2011-2014; Netflix, 2016-), *Euphoria* (HBO, 2019-) and *Clickbait* (Netflix, 2021-). By connecting these scenes with other artistic productions, such as *Playtime* (Tati, 1967), *Blow-Up* (Antonioni, 1966) or *A través del espejo* (Fontcuberta, 2010), the essay explores the role of the image and social networks and their impact on the notion of intimacy and the production of subjectivity. It traces the dynamics in fiction and real life: self-exploitation, search for constant validation, desire to be seen, affection, and discomforts encountered in this new coupling to the machine.

KEYWORDS: Image; Intimacy; Social network; Self-exploitation; Visibility.

* **Correspondencia a / Corresponding author:** Marta Labad Arias. Universidad de Tecnología y Arte Digital — marta.labad@u-tad.com — <https://orcid.org/0000-0003-0010-534X>

Cómo citar / How to cite: Labad Arias, Marta (2025). «No dejes de mirar: Imágenes, intimidad y redes sociales en las series de ficción *Black Mirror*, *Euphoria* y *Clickbait*»; *Zer*, 58, 36-51. (<https://doi.org/10.1387/zer.27389>).

Recibido: 14 de marzo, 2025; aceptado: 9 de mayo, 2025.

ISSN 1137-1102 - eISSN 1989-631X / © 2025 UPV/EHU Press



Esta obra está bajo una Licencia
Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional

Introducción

En las últimas dos décadas, los dispositivos móviles, con cámara y conectividad ilimitada, se han integrado en la vida cotidiana hasta volverse imprescindibles. Empresas tecnológicas y gobiernos ofrecen un amplio catálogo de *apps* que facilitan y acompañan a los individuos en todo tipo de tareas cotidianas. Tareas como ir al médico, consultar el extracto bancario, enviar un correo, consultar cuánto se tarda en llegar a un lugar, comprar, ver contenidos audiovisuales, realizar videoconferencias, buscar una relación, escuchar música o comunicarse, se encuentran hoy absolutamente mediadas por el uso de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) que perfilan una nueva subjetividad cada vez más dependiente de la tecnología. Luciano Floridi (2016) utiliza el término *hiperhistoria* para referirse a esta nueva fase de la historia donde las TICs son vitales para el bienestar del ser humano y el funcionamiento del mundo. Éric Sadin (2017) ha insistido también en cómo la humanidad se encuentra en proceso de delegar progresivamente en las máquinas, en una suerte de «acoplamiento humano-maquinico» inédito. Películas como *Her* (Jonze, 2013), *Zoe* (Doremus, 2018), *Ex Machina* (Garland, 2014) o *Uncanny* (Leutwyler, 2015) han explorado la dependencia afectiva y los conflictos que pueden emerger en esta nueva relación con las máquinas.

Más allá de facilitar las tareas cotidianas y administrativas, el acoplamiento con la máquina que acontece en la sociedad actual transforma la percepción que tenemos del mundo (Zylinksa, 2024: 8), así como la forma de relacionarnos o de entender la intimidad. En este nuevo ensamblaje humano-máquina, los límites entre lo privado y lo público se desdibujan, y se generan nuevas dinámicas, como el deseo de ser vistas o la necesidad de validación constante, en forma de *likes* o seguidores, que fomentan la espectacularización de la vida. Para abordar estas cuestiones, el artículo propone analizar escenas seleccionadas de las series de televisión *Black Mirror* (Channel 4, 2011-2014; Netflix, 2016-), *Clickbait* (Netflix, 2021-) y *Euphoria* (HBO, 2019-), cuyos argumentos se articulan en torno a las nuevas tecnologías, resaltando los peligros y conflictos que pueden derivarse de su uso. De la primera serie, el episodio *Caída en Picado* (3x01) adquiere especial relevancia para este trabajo, puesto que representa una sociedad donde las nuevas tecnologías son empleadas como forma de obtener éxito y visibilidad en las redes. La acumulación de *likes*, a través de las imágenes publicadas en las redes sociales, facilita el ascenso social, pero potencia, al mismo tiempo, dinámicas de exclusión y vigilancia. La segunda serie presenta un escenario cercano a la sociedad actual, donde imágenes y tecnología se emplean de forma fraudulenta, para provocar extorsión, escarnio público y suplantar la identidad del protagonista. La última serie perfila una sociedad donde los adolescentes utilizan las redes para relacionarse a nivel íntimo y afectivo. A través del análisis de determinadas escenas, examinaremos cómo la intimidad, la identidad, o la aceptación social son constantemente redefinidas por las imágenes que circulan por la red.

Los títulos seleccionados inciden en los conflictos y peligros derivados del uso indebido de las tecnologías. Además, en todas ellas detectamos dos fenómenos: por un lado, la vida se convierte en espectáculo; por otro, el deseo de ver, o ser visto, prima sobre la responsabilidad o la empatía. El texto articula los títulos seleccionados con otras producciones audiovisuales y artísticas, resaltando aspectos puntuales relacionados tanto con la imagen como con la espectacularización. Así, por ejemplo, analizaremos la película *Playtime* (Tati, 1967), para introducir la noción de sociedad del espectáculo que desarrolló Guy Debord, y articularemos la serie *Euphoria* con la elaboración artística de Joan Fontcuberta, titulada *A través del espejo* (2010), con el objeto de profundizar en el análisis sobre los procesos de espectacularización de la vida y el deseo de exhibirse, propios de la modernidad. Examinaremos cómo dichos procesos se encuentran muy intrincados con el uso de los dispositivos de captura de imagen, que adquieren una mayor dimensión en la sociedad hipermediada actual. Por último, realizaremos un análisis comparativo entre *Blow-Up* (Antonioni, 1966) y *Clickbait*, trazando las similitudes y diferencias que detectamos en la actitud de los usuarios frente a la cámara cuando se enfrentan a los sucesos dramáticos que se producen en ambas narrativas.

El título del ensayo alude al deseo por ver o por ser vistas que permea los casos de estudio propuestos, donde la mirada se encuentra muy imbricada con una nueva economía de la atención (Citton, 2014: 7). A partir de los años setenta, la economía parece dar un giro y a las viejas formas de producir valor, propias del capitalismo industrial, se suman otras formas de producir valor que pasan por captar la atención de millones de usuarios y rastrear los hábitos de los usuarios en la red para potenciar tanto el consumo como la extracción de datos. En esta nueva economía de la atención se reconfiguran también ciertas lógicas, de inclusión y exclusión, que permean las escenas analizadas, donde «ser en el mundo equivale a ser visto en internet» (Zafra, 2015: 27).

1. La sociedad del espectáculo: de *Playtime* a *Black Mirror*

1.1. LA ESPECTACULARIZACIÓN DE LA VIDA EN PLAYTIME

En 1967, Guy Debord publicaba *La Sociedad del Espectáculo*. En este texto, el autor analizaba y enumeraba los rasgos de la sociedad moderna, poniendo el foco en la transformación de orden simbólico y productivo que el autor observaba en la sociedad del momento: «La vida entera de las sociedades en las que imperan las condiciones de producción modernas se anuncia como una inmensa acumulación de espectáculos. Todo lo directamente experimentado se ha convertido en una representación» (Debord, 2002: 39). En ese mismo año, el cineasta francés Jacques Tati filmaba *Playtime*. La película se desarrollaba en una ciudad moderna volcada hacia el ocio, el consumo y los servicios. Una de las escenas de la película muestra un edificio de apartamentos (imagen 1). Como una casa de muñecas acristalada, los salones brillan como escaparates iluminados que exhiben la vida de una serie de personajes que se sientan frente a pantallas de televisión y que actúan sabiéndose observados.



IMAGEN 1

Playtime, Jacques Tati (1967)

En otra escena un grupo de obreros trabaja de noche, sujetando una gran mampara de vidrio para colocarla en la fachada de un edificio. Como un cuerpo de baile improvisado, los trabajadores se mueven, tratando de evitar que la pieza caiga, frente a una pequeña multitud que observa desde la

calle. Los trabajadores realizan su tarea dentro de un edificio iluminado, como si se encontraran en otro escaparate. Las casas, los establecimientos y las oficinas comparten una arquitectura cada vez más transparente, proyectada para exhibir cualquier actividad cotidiana que transcurra en el interior, aunque la experiencia no está aún mediada por dispositivos móviles o pantallas, sino por vidrios transparentes.

En la película de Tati, la vida inicia un proceso de espectacularización y resuena la noción de «fábrica transparente», que Octavi Comeron desarrollará más adelante. La tesis titulada «La Fábrica transparente: Arte y trabajo en la época posfordista» (2007), se articula en torno a la imagen de la transparencia que proyecta la nueva economía posfordista, tomando como punto de arranque la imagen de la fábrica de automóviles Volkswagen, conocida como «la fábrica transparente», establecida en Dresde en 2001. Comeron subraya una transformación en el modo de entender una fábrica que se aleja a pasos agigantados de la idea de las fábricas del capitalismo fordista, donde los operarios de la cadena de montaje trabajaban en un espacio cerrado al público e impenetrable. Muy al contrario, en la fábrica transparente el trabajo pasa a ser exhibido: «La fábrica pasa a ser un espacio abierto y atractivo —y deviene una imagen: una vitrina que exhibe espectacularmente ese trabajo productivo que la Modernidad había aprendido a ocultar y a dejar ob-scenae» (Comeron, 2007: 21). Las aportaciones de Debord, Tati y Comeron, nos hablan de una transformación profunda de las relaciones entre lo público y lo privado que alcanza todos los aspectos de la vida; no solamente los espacios productivos sino los espacios donde transcurre la vida íntima. Aunque en esta sociedad no hay aún ni internet ni dispositivos móviles, el discurso de la transparencia proporciona nuevas arquitecturas, pero también nuevas formas de vivir, que complican las relaciones entre el espacio privado y público. La transparencia llega de la mano de la espectacularidad y se redefine la lógica de lo que debe ser mostrado. Esta nueva arquitectura moderna, transparente y luminiscente, que ha dejado de elogiar las sombras, se extiende por las ciudades. El discurso de la transparencia perfila una nueva forma de entender el espacio y la visibilidad que sienta las bases de la sociedad digital actual, donde millones de personas disponen de dispositivos móviles con pantalla, cámaras integradas y conexión a internet, que permiten consumir, producir o acumular *likes* y seguidores en las redes, o mostrar contenidos audiovisuales en tiempo real.

1.2. BLACK MIRROR: LA IMAGEN COMO MONEDA DE CAMBIO

Concebida por Charlie Brooker, la serie *Black Mirror* propone una visión distópica del devenir tecnológico, trayendo al frente los conflictos que pueden derivarse del uso y la integración de las TIC en la vida íntima y cotidiana. En este texto, nos interesa especialmente el primer episodio de la tercera temporada, titulado *Caída en Picado* (2016). Dirigido por Joe Wright, el episodio representa un mundo donde la vida y el trabajo se encuentran absolutamente atravesados por la tecnología y la espectacularización de la vida se produce mediante pantallas brillantes e iridiscentes que ofrecen la posibilidad de bucear en la red, sin límite.

El episodio presenta una sociedad aparentemente amable, con ciudadanos que viven en perfecta sintonía. La estética elegida para este episodio es una paleta cromática donde predominan los tonos pastel: todos los protagonistas visten ropas de colores claros y trabajan en espacios acabados en tonos igualmente poco saturados y neutros. Tanta sintonía y homogeneidad llegan a resultar sospechosas, puesto que no se advierten en este escenario ni personajes ni elementos estridentes que amenacen con romper la armonía global. A medida que avanza el episodio descubrimos que los individuos de esta sociedad utilizan las redes sociales para evaluar su comportamiento de forma recíproca: cada encuentro y cada interacción social se evalúa, de una a cinco estrellas. Todas las evaluaciones recibidas se traducen en un número que refleja la media de todas las valoraciones recibidas y que deriva, en última instancia, en el éxito o la exclusión social. La puesta en escena sitúa al espectador en el papel de la protagonista: un plano subjetivo muestra la mirada de Lacie mientras interactúa con sus compañeros de trabajo o camareros.



IMAGEN 2

«Caída en picado», episodio 1, temporada 3,
serie *Black Mirror* (Channel 4, 2011-)

En ese momento, descubrimos que Lacie, como el resto de los usuarios, posee un sistema de reconocimiento facial integrado, que le permite identificar y conocer el estatus o la reputación social de cualquier persona, conocida o desconocida, que entre en su campo de visión. Ojos y cerebro se conectan al dispositivo móvil y basta con deslizar un dedo por la pantalla para evaluar, de una a cinco estrellas, a la persona visualizada. La puesta en escena busca involucrar al espectador en ese mismo proceso. Cuando Lacie evalúa a un compañero que sirve bebidas en la oficina (imagen 2), da la sensación de que somos nosotros, como espectadores, los que estamos evaluando. Con una puntuación comprometida, el rostro del trabajador muestra la angustia y el malestar que se derivan de este sistema de validación permanente. Como han explicado algunos autores, las redes sociales se utilizan en *Black Mirror* como una forma de hipervigilancia (Hernández-Santaolalla, V. y Hermida, A., 2016). En *Caída en Picado*, la tecnología se integra como pieza fundamental dentro de una sociedad de control (Deleuze, 2006), donde los ciudadanos se auto explotan y vigilan unos a otros constantemente, sin necesidad de la figura tradicional de un jefe que imponga una disciplina¹.

Uno de los aspectos que más nos interesa resaltar en este texto es la espectacularización de la vida derivada de esta forma de evaluación recíproca: el ansia por conseguir un *me gusta* obliga no solamente a comportarse de una forma intachable, que agrade a los demás, sino que las imágenes compartidas se convierten en moneda de cambio para conseguir más seguidores o validaciones en la red. Marx observaba que, en el sistema capitalista, el mundo se le antojaba como un arsenal de mercancías (Marx, 1984: 43). La fotografía aparecía casi en el mismo momento, como una tecnología de reproducción o extracción, capaz de transformar el mundo en imágenes. Casi doscientos años más tarde, las imágenes ostentan el don de la ubicuidad (Brea, 2010: 69) y se articulan de una forma casi indisociable con el consumo. El deseo de un determinado estilo de vida empieza siempre por la imagen (Coleman y James, 2021: 3).

¹ La autora del texto ha tratado esta cuestión en otra parte, incidiendo en la hiperproductividad y las dinámicas propias del capitalismo neoliberal que resuenan en este episodio.



IMAGEN 3

«Caída en picado», episodio 1, temporada 3,
serie *Black Mirror* (Channel 4, 2011-)

En el episodio dirigido por Joe Wright, el mundo parece haberse convertido en un arsenal de potenciales imágenes que uno podría subir a la red para captar la atención de otros usuarios. Como apuntábamos al principio del ensayo, siguiendo a Debord, el mundo entero se convierte en mercancía: cualquier acto puede ser encuadrado, immortalizado y subido a la red para arrancar una valoración positiva (imagen 3). De esta forma, la imagen, ya sea fija o en movimiento, entra a formar parte de un circuito donde se establecen relaciones de poder difíciles de controlar: aquellos que acumulan más vistas, más seguidores y valoraciones más altas, ostentan un mayor poder. Ser vista y validada por otras en las redes, permite acceder a una mejor vivienda, a un mejor empleo, o a una mejor atención sanitaria. En este sentido, las imágenes adquieren un valor fundamental, no tanto como representación, sino como «cosas» (Steyerl, 2014: 54) que pueden ayudar a captar la atención de otros usuarios y movilizar las valoraciones positivas².

2. Usos perversos de la imagen y las redes

2.1. CUANDO MIRAR ES CONSUMIR (O INCLUSO MATAR)

Clickbait es una serie de ficción de ocho episodios creada por Tony Ayres y Christian White, donde las redes son utilizadas para provocar el escarnio público del protagonista, Nick Brewer, y convertir su vida privada en puro espectáculo, situándolo en el centro de todas las miradas. El primer episodio arranca

² La autora observa un cambio de perspectiva en la forma de comprender la imagen: más que como una representación de la realidad, las imágenes pueden ser entendidas como «cosas» o «fragmentos del mundo real». La autora habla del nuevo deseo de los individuos de ser imagen (o cosa) y advierte una relación entre el sujeto y la imagen que tiene que ver más con la participación de la imagen que con la representación (Steyerl, 2024: 54).

con un vídeo perturbador publicado en las redes, donde Nick aparece secuestrado, herido y sujetando un cartel donde puede leerse: «a los 5 millones de visitas moriré» (imagen 4). A partir de ese momento emergen las contradicciones: aunque ver el vídeo de Nick le quita tiempo de vida, el documento se hace viral y cada vez más usuarios quieren ver la imagen de la que todo el mundo habla. El mensaje lanzado a los usuarios diciendo que Nick ha abusado de mujeres y que cuando el vídeo alcance 5 millones de visitas morirá no hace más que incrementar el deseo de ver el vídeo. En este caso, consumir el vídeo es sinónimo de consumir su tiempo de vida.

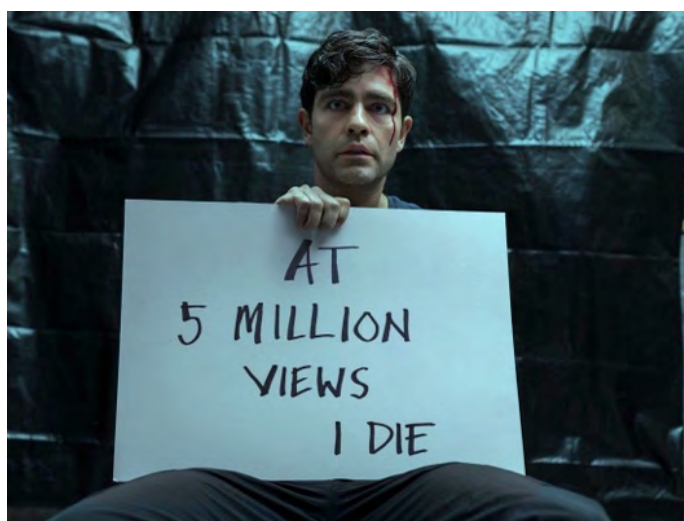


IMAGEN 4

«The sister», episodio 1, serie *Clickbait*. (Netflix, 2021)

La serie trae al frente la dinámica que busca la mayoría de la gente en las redes: ser visto cuántas más veces mejor, porque la acumulación de *likes* o seguidores es sinónimo de éxito en las redes, pudiendo producir capital simbólico o ingresos económicos a través de las plataformas. El título de la serie responde a la estrategia que utilizan medios y plataformas, publicando contenidos en la red con el único fin de atraer la atención del máximo número de espectadores y acumular *clicks* en la red (Bravo, A., Serrano, J., Novoa, M.F., 2021). Sin embargo, en la serie la lógica de la acumulación es utilizada de forma subversiva y se articula en torno a un dilema: no ver el vídeo, controlar la curiosidad de ver contenidos virales en la red podría salvar al protagonista. No obstante, como nos hace ver la serie, y pese a los intentos de la hermana del protagonista, que pide a la gente que no vea el vídeo, *no mirar* parece una tarea imposible. Algunas escenas muestran a decenas de usuarios viendo el vídeo del protagonista desde diferentes dispositivos: el ordenador, el móvil o la tableta. Sin embargo, la puesta en escena dispuesta busca trasladar el dilema al espectador. Uno de los planos (imagen 4) muestra a Nick mirando directamente a cámara: la mirada de Nick atraviesa la pantalla, buscando la del espectador. Tanto la puesta en escena como la estética tratan de implicar al espectador: al ver la serie, el espectador no solamente mira, sino que participa (Jardim, 2022) de la macabra cuenta atrás y del crimen que está a punto de producirse, que se encuentra muy intrincado con la decisión de mirar o no mirar el contenido que se ofrece en pantalla.

2.2. *CLICKBAIT* Y *BLOW-UP*: DEL FOTÓGRAFO SOLITARIO AL ENJAMBRE DE USUARIOS

Cuando el vídeo llega a los 5 millones de visitas y Nick empieza a ser dado por muerto, aparecen otras tecnologías, como una *app* de geolocalización colectiva, que permite a los usuarios ser parte del espectáculo. La aplicación permite rastrear zonas de la ciudad, además de compartir datos, imágenes y co-

mentarios en tiempo real. La pantalla del móvil muestra qué zonas han sido rastreadas por otros usuarios y permite chatear, haciendo todo tipo de comentarios durante el proceso de búsqueda. Conseguir la primera imagen del cuerpo se convierte en una especie de juego macabro: cientos de usuarios, que no muestran ningún tipo de afecto o empatía hacia Nick, empiezan a rastrear áreas urbanas y suburbanas de noche con el fin de encontrar el cadáver, utilizando sus dispositivos móviles como linterna y como dispositivo de captura.



IMAGEN 5

«The Detective», episodio 2, serie *Clickbait* (Netflix, 2021)



IMAGEN 6

Blow-Up. (Antonioni, 1966)

La obsesión por obtener una imagen del cuerpo recuerda de algún modo a algunas escenas de *Blow-Up* (Antonioni, 1966) donde un fotógrafo de moda se obsesiona con un hecho violento acontecido en el parque. El fotógrafo toma fotos de una pareja de desconocidos que parece discutir en el parque, hasta que la mujer sale corriendo. Al volver al estudio el fotógrafo revela las fotografías que ha tomado con cámara de 35 mm y al observarlas le parece descubrir un crimen. Empieza entonces a ampliar las fotografías, una y otra vez, hasta el límite permitido por la ampliadora. Con el objeto de ver aún más, fotografía las copias con una cámara de placas y vuelve a revelar los negativos para ampliar aún más la imagen (imagen 6). En *Blow-Up* la fotografía funciona como la evidencia de lo que parece ser un crimen. Las ampliaciones pierden definición y muestran cada vez más grano, pero permiten ver, de forma algo desdibujada una pistola entre los arbustos. La imagen es ampliada hasta el umbral de lo posible: el fotógrafo trata de extraer toda la información posible para tratar de comprender el suceso.

En *Clickbait* la imagen de Nick Brewer advirtiéndole de que va a morir no funciona únicamente como evidencia sino como un señuelo. El secuestrador busca el escarnio público de Nick y sabe que la imagen que está colgando en la red incendiará las redes. La esperada muerte del protagonista derivará en una especie de reto o juego para multitud de usuarios, que saldrán con el móvil en la mano para intentar ser los primeros en capturar la instantánea del cuerpo sin vida de Nick. Este comportamiento recuerda algo que Fontcuberta observaba en *La Furia de las imágenes* (2020), cuando aludía a un cartel publicitario de Samsung donde una joven asiática se encontraba con un cadáver en la playa y, sin pensarlo dos veces, sacaba su móvil para hacerse un *selfie* con ella en primer plano, haciendo el signo de la victoria con los dedos y mostrando el cuerpo al fondo. Mientras que en *Blow-Up* el fotógrafo acude a la escena del crimen para obtener la instantánea del cadáver, en *Clickbait* es más fácil pensar que los usuarios de la app de geolocalización se harían un *selfie* y realizarían un vídeo o una foto para compartirla de forma inmediata en las redes, sabiendo que la imagen se volvería viral. Ni el protagonista de la película de Antonioni ni los usuarios en esta escena de *Clickbait* lograrán capturar una instantánea del cuerpo. Sin embargo, resulta interesante comparar ambas escenas, puesto que ambas se articulan en torno a dos formas diferentes de concebir y producir imágenes que hablan de épocas muy diferentes. En *Blow-Up* el protagonista es un individuo que utiliza una cámara de 35 mm, una de las cámaras populares de la época, para tratar de registrar lo ocurrido. La fotografía sigue siendo la evidencia de algo que ha acontecido. En *Clickbait* ya no hay un individuo sino una multitud de usuarios que se acercan a la escena del crimen sin dejar de mirar la pantalla del móvil (imagen 5). La experiencia de la realidad se encuentra aquí absolutamente mediada por las imágenes y por la pantalla. En este nuevo modo de entender la experiencia, los dispositivos de captura de imágenes no solamente registran, sino que son agentes activos que moldean nuestra forma de ver el mundo (Zylinska, 2023: 7) y facilitan el paso de una sociedad del espectáculo a una *sociedad voyeur* (Gubern, 2010). En este caso, advertimos en los usuarios un deseo por grabar y compartir una experiencia en tiempo real, a través de comentarios o imágenes que se publican en la red. El fotógrafo solitario da paso, en este caso, a un enjambre digital de individuos aislados (Han, 2014: 26), con ojos productivos que extienden el campo de visión a través de las redes y que no pueden dejar de buscar y mirar. Aunque estos personajes no muestran demasiada empatía hacia el protagonista, supuestamente asesinado, sí se percibe un vínculo entre los agentes de una comunidad virtual que se genera de forma efímera en la red, así como un interés por ver y compartir imágenes y comentarios que provocan interés y rechazo, al mismo tiempo.

2.3. IMAGEN Y VERACIDAD EN LA CONDICIÓN POSTFOTOGRAFICA: SUPLANTACIÓN DE IDENTIDAD EN *CLICKBAIT*

La trama de *Clickbait* se desarrolla en un escenario tecnológico cercano al que encontramos en la sociedad actual. A lo largo de los episodios, centrados en diferentes protagonistas de la serie, descubrimos el poder de las imágenes a la hora de influenciar y distorsionar la percepción que los seres humanos tenemos de la verdad (Jardim, 2024). Este poder de influencia de las imágenes se intensifica en lo que se ha definido como postfotografía (Tomas, 1988; Mitchell, 1992; Fontcuberta, 2015). Este término, que surge a finales de los años ochenta, ha ido evolucionando y cobrando importancia con el devenir tecnológico (Olivio A., Lau J. y Herrera E., 2023). El término se refiere a la transformación de la naturaleza de la imagen en la era digital, apuntando, principalmente, hacia dos cuestiones. Por un lado, la fotografía pasa a estar formada por una matriz de píxeles, que podrían ser fácilmente manipulables. La imagen digital rompe la tradicional relación con el índice y deja de ser entendida como evidencia. Por otro lado, la fotografía se extiende como práctica social: millones de usuarios de una sociedad conectada se convierten en productores de imágenes (Fontcuberta, 2020: 32). En este contexto, la imagen se desmaterializa, satura las redes y altera los modos de ver (Toro-Peralta K. A. y Grisales-Vargas A. L., 2021). Las imágenes ya no dicen necesariamente la verdad³, aunque siguen ostentando un gran poder de influencia en la percepción de esta.

³ Esta brecha se incrementa en el panorama actual, donde las imágenes pueden ser creadas mediante programas de inteligencia artificial, a partir de textos creados por el usuario.

Clickbait explora estas cuestiones: a medida que avanzan los episodios, descubrimos que Dawn Reed, una compañera de trabajo de Nick Brewer, ha suplantado la identidad de Nick en las redes sociales, iniciando una serie de relaciones a través de aplicaciones de citas. Confiando en la amable apariencia de su compañera, Nick le ofrece la contraseña del ordenador para que pueda realizar una serie de gestiones. Reed aprovecha la ocasión para robar imágenes personales del ordenador de Nick, utilizándolas para crear una serie de perfiles en diferentes aplicaciones. A partir de ese momento, la señora Reed empezará a interactuar con una serie de mujeres jóvenes, que creen estar interactuando con un hombre atractivo que se muestra cariñoso y atento a través del chat. Pese a no existir ni contacto físico, ni conversaciones telefónicas, ni videoconferencias, dos de las mujeres, Emma y Sarah, crearán una relación virtual afectiva, en la que llegan a enamorarse de la identidad manufacturada por Reed, que se corresponde con las imágenes personales de Nick. Emma asegurará tener una relación auténtica con el protagonista, mientras que Sarah llegará a suicidarse, después de que Reed corte la relación con ella a través de la aplicación. El hermano de Sarah, buscará venganza y secuestrará a Nick, creando el vídeo al que aludíamos al principio.

La trama de *Clickbait* incide tanto en el uso perverso e indebido que puede hacerse de las imágenes y las redes sociales, como en la vulnerabilidad que acompaña a muchas personas que sociabilizan a través de la red. Emma y Sarah se sienten atraídas hacia la identidad proyectada a través de sus pantallas, una identidad que se desliza por las redes sociales, sin cuerpo, y que se compone de fragmentos, imágenes y palabras, que aparecen en pantalla, configurando un espacio íntimo virtual que parece auténtico. La serie trae al frente la brecha que se produce entre fotografía y verdad en el mundo actual: por mucho que la fotografía siga antojándose como una tecnología al servicio de la verdad o como testimonio de un suceso, esto es ya, a menudo, pura apariencia (Fontcuberta, 2018:17). En el mundo actual el contrato de veracidad que establecemos con las imágenes que aparecen en nuestras pantallas debe ser cuestionado (Vives-Ferrándiz Sánchez, L., 2021).

3. Imágenes que atraviesan espejos, pantallas y redes sociales

3.1. LA EXHIBICIÓN DE LA INTIMIDAD EN A TRAVÉS DEL ESPEJO

El deseo por exhibirse en la red no es nuevo, como nos demuestra el trabajo que el fotógrafo Joan Fontcuberta exponía en 2010, titulado *A través del espejo*. Este trabajo consistía en la apropiación y recopilación de autorretratos de cientos de personas anónimas realizados en un ámbito privado y publicados en la red. Las imágenes muestran personas mirándose en el espejo y registrando su reflejo con una cámara fotográfica (imagen 7). Son usuarios que se fotografían y publican sus fotos en internet, a menudo mostrando su cuerpo desnudo, sus genitales, o registrando actos sexuales de una forma explícita. Las fotografías no muestran una excesiva preocupación por el aspecto visual de la imagen, ni utilizan una estética o una iluminación cuidada. Son imágenes de carácter doméstico, realizadas en cuartos de baño o dormitorios, con destellos de *flash* provenientes de las cámaras empleadas, a menudo cámaras automáticas en las que solamente se hace necesario encuadrar y apretar el botón.

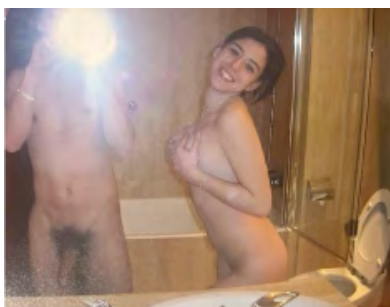


IMAGEN 7

Fotografía perteneciente a *A través del espejo*. Joan Fontcuberta (2010)

En un artículo titulado «El ojo de Dios», el artista analiza las transformaciones de la fotografía centrándose en las dos primeras décadas del siglo veinte, subrayando cómo el acto de fotografiar deja de ser solemne para equipararse a los rasgos más banales, como «rascarse la oreja» (Fontcuberta, 2010: 28). El fotógrafo insiste en un giro radical que tiene que ver con la relación entre la fotografía y el acontecimiento: «Hoy tomar una foto ya no implica tanto un registro de un acontecimiento como una parte sustancial del mismo acontecimiento» (*Ibid.*). En este nuevo contexto, la imagen fotográfica deja de ser una mera representación de aquello que sucede en la vida real. Fotografiar y compartir la imagen son actos que conforman y completan la experiencia.

En cualquier caso, da la sensación de que el proyecto subraya una ruptura en el modo de concebir las imágenes fotográficas. Antes de la aparición de las primeras redes sociales, como Facebook, las fotografías realizadas dentro del ámbito personal eran compartidas en ámbitos más reducidos. En *A través del espejo*, las fotografías se publican en el abismo de la red, con millones de potenciales espectadores. El archivo presenta una nueva subjetividad que anhela ser vista, y que muestra sin tapujos su deseo de ser mirada por cualquiera y en cualquier momento. Se trata de instantáneas realizadas con cámaras compactas, sin alardes técnicos, pero tomadas de forma consciente, y publicadas posteriormente en alguna red social. Son capturas explícitas que integran destellos de *flash*; a menudo el rostro del fotógrafo queda oculto pero el cuerpo desnudo y las actividades sexuales quedan expuestas. Estos materiales exhiben el cuerpo de una forma casi pornográfica, y son concebidos y compartidos sabiendo que serán observados por algún espectador desconocido.

3.2. EXTIMIDAD EN EUPHORIA

La serie de televisión *Euphoria* (HBO, 2019-), dirigida por Sam Levinson, retrata la vida de una serie de adolescentes estadounidenses que acuden al instituto, incidiendo en cuestiones que afectan a la generación Z: trastornos mentales, adicciones, sexo, falta de motivación o aburrimiento (Pochmara, 2022). La serie presenta una generación de nativos digitales que socializa no solamente en espacios físicos, sino a través de la red. La puesta en escena integra pantallas y redes sociales, que participan de forma activa dentro de la trama, y utiliza una paleta de colores vibrantes y saturados, que parece aludir a esta nueva relación con la pantalla, presentando a los personajes como si vivieran en un «*reality show* permanente» (Fontcuberta, 2024: 200). En *Euphoria*, el deseo de exhibirse se canaliza a través de las redes sociales y la pantalla funciona como una ventana por donde mirar y un escaparate donde exhibir escenas de carácter sexual o íntimo.

En *Euphoria*, muchos de los personajes, en su mayoría adolescentes, cuelgan en la red imágenes similares. En la serie, las imágenes son realizadas por usuarios de clase media estadounidense, no mediante cámaras compactas, sino dispositivos móviles. El acto de compartir las imágenes se realiza de una forma automática e inmediata, sin necesidad de tantas dilaciones. La imagen del cuerpo desnudo puede deslizarse a través de las redes sociales a la velocidad de la luz: basta con deslizar el dedo suavemente para que la imagen aparezca y brille en otra pantalla que podría estar en el cuarto de al lado o a miles de kilómetros de distancia. La serie reproduce el nuevo fenómeno de la «transintimidad», un concepto que alude a una intimidad «iridiscente» que tiene que ver con el deseo de proyectarse en la pantalla de la persona que recibe la imagen en su pantalla. Siguiendo a Meraud, la transintimidad sería algo así como «amor en tiempos de iridiscencia» (Meraud, 2015:159). Fontcuberta ha utilizado recientemente el término «extimidad» (Fontcuberta, 2024: 202) para referirse a esta nueva práctica social que consiste en publicar contenido de carácter íntimo en las redes con el fin de buscar la validación social. Ambos conceptos aluden a una transformación radical en el modo de entender la intimidad, donde tanto la imagen como las tecnologías se encuentran muy intrincadas con las relaciones de deseo, control y poder.

En la imagen (imagen 8) vemos una imagen que Cassie, una de las protagonistas de *Euphoria*, realiza con el móvil para compartir de forma inmediata a través de las redes. Se trata de un gesto íntimo, que pertenece al ámbito de lo privado. No se trata de una fotografía tomada frente al espejo y luego subida al

ordenador, sino de un *selfie* con una pose estudiada y medida, ensayada frente a la pantalla del móvil (que hace las veces de espejo) con el objeto de ser compartido al instante. Cassie mira a la pantalla, que en este caso coincide con la cámara de su dispositivo, mientras posa, como si mirase a la persona a quien desea enviar la imagen, sabiendo que en cuestión de segundos su imagen aparecerá, vibrante, al otro lado de la pantalla. En esta escena resuenan las palabras de Remedios Zafra, cuando explica: «Nos convertimos en seducción pura porque sabemos que a esa persona hay que llegar a través de Internet» (Pacheco, 2017). La escena muestra a la protagonista durante el proceso de fotografiarse, mirando a la cámara, dejándose ver, exponiéndose a la mirada del otro. En esta escena, se perfila una nueva subjetividad que quiere ser imagen y que extiende un momento íntimo a través de las redes.



IMAGEN 8

«Pilot», episodio 1, temporada 1, serie *Euphoria* (HBO, 2019)

Euphoria incide en cómo las redes sociales se han constituido como el espacio preferido por los jóvenes desde donde establecer relaciones íntimas, fuera del alcance de las relaciones familiares. Sin embargo, como apuntan algunos autores: «En estas plataformas, donde la visibilidad y el reconocimiento parecen ser esenciales para el éxito, la apariencia física actúa como una moneda de cambio» (Feijoo, Vizcaíno-Verdú y Núñez-Gómez, 2024).

3.3. COSIFICACIÓN Y PROFILAXIS

Desde su invención, la cámara fotográfica ha ofrecido la posibilidad a los usuarios de encapsular un fragmento de realidad para poder mirarlo más tarde, en cualquier momento. Como apuntaba Susan Sontag (1981): «Fotografiar es apropiarse de lo fotografiado» (p. 14). Al fotografiarse desnuda, Cassie convierte su propio cuerpo en mercancía que puede ser mirada y remirada, enviada, intercambiada o comentada de forma pública, tantas veces como el espectador desee. Esta operación de extracción, en la que un fragmento espacio-tiempo es encapsulado, forma parte de un «régimen escópico» (Jay, 2003: 221) que establece una jerarquía, ofreciendo una posición de poder a la persona que mira. La fotografía ofrece una visión distante de algo y, al mismo tiempo, promueve la idea de que hay un mundo que está ahí para la toma (Smyth, 2023: 5). En el medio fotográfico se produce algo similar a la cuarta pared en el teatro, una convención que permite a la audiencia ver, mientras se mantiene invisible (*ibid.*). Aunque las imágenes fotográficas o audiovisuales siguen teniendo ese mismo efecto, invisibilizando el propio medio fotográfico y dando la sensación de que lo contemplamos es un fragmento de realidad, la puesta en escena de las series analizadas subraya, en momentos puntuales, la ruptura del espacio real y el de la ficción. Como ocurría en *Clickbait*, la puesta en escena y la estética de *Euphoria* buscan involucrar al espectador. La imagen de Cassie es ofrecida en pantalla al espectador como si se tratara de un protagonista más: igual que el resto de los adolescentes en la serie, el espectador consume una imagen casi pornográfica de carácter íntimo. Como explica Brea, en la era de la imagen electrónica, el ojo se convierte en una «máquina productiva», que se-

lecciona, decide qué mirar y que no mirar, decide qué imágenes de todas las que circulan por la red entran en el campo visual del usuario, para cobrar «cuerpo» (Brea, 2010: 69). La puesta en escena alcanza al espectador, involucrándolo en esa misma operación selectiva que realizan los protagonistas de la serie.

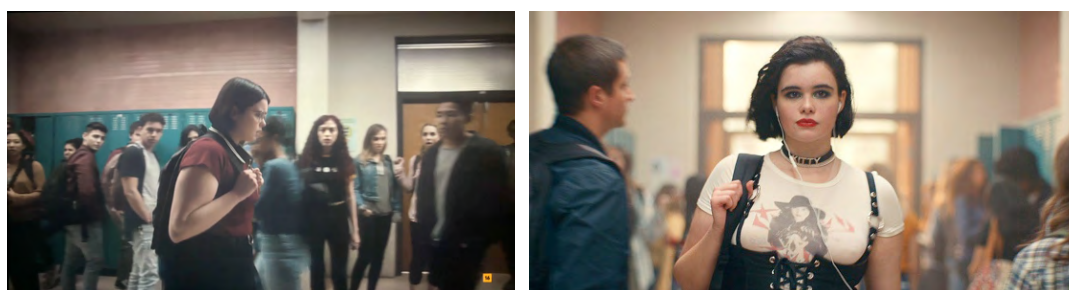
En otra escena, la imagen toma otro rumbo. En este caso, un grupo de compañeros de instituto ven de forma conjunta vídeos de Cassie manteniendo relaciones sexuales, subrayando la mala reputación de la adolescente, y tratando convencer a otro compañero para que ponga fin a su relación con ella. La intimidad de Cassie, publicitada sin su consentimiento, se encuentra totalmente expuesta y su imagen circula por la red para ser consumida por cualquiera, sin ningún tipo de pudor ni responsabilidad por parte de las personas que miran. Como explica Remedios Zafra:

La pantalla como profiláctico de la mirada evita el malestar antiguo de fagocitar a la cara la intimidad de la gente. Los ojos son aprehensivos si son vistos con sus brillo y estrellas porque llevan el sujeto detrás, a cuestras (...) Pero si se dan escondidos en la pantalla parecieran más autónomos y liberados de responsabilidad en el otro, relajados en su búsqueda insaciable de «ver» y en la tranquilidad de desaparecer (pero seguir viendo) sin consecuencias. (2015: 18).

Las imágenes, muestran a Cassie practicando sexo con un chico cuyo rostro no vemos, porque queda fuera de plano. La identidad y el comportamiento del personaje masculino queda fuera de toda discusión, mientras que las imágenes de Cassie son utilizadas como trofeo virtual (Gubern, 2010) y como prueba de una conducta vergonzosa. Da la sensación de que la pantalla actúa como un dispositivo profiláctico, que acerca y distancia al mismo tiempo, menoscabando la empatía hacia la persona que está siendo observada. En este caso, no se trata de *selfies* realizados por la protagonista, sino de imagen grabadas por su compañero, posiblemente sin su consentimiento, y compartida a través de las redes. En ambos casos, las imágenes circulan por la red, sin que Cassie pueda hacer nada al respecto. La serie trae al frente una tendencia que puede detectarse en el comportamiento de muchos adolescentes en la vida real: aun siendo conscientes de su propia vulnerabilidad, el deseo de compartir y tener visibilidad en las redes es más fuerte (Hermida y Hernández-Santaolalla, 2020).

3.4. AUTO EXPLOTACIÓN Y AGENCIA EN LAS REDES: EL CUERPO DE KAT COMO TERRITORIO EN DISPUTA

En *Euphoria*, las redes sociales adquieren un papel protagonista, detonando y activando conflictos y dinámicas narrativas. La publicación de contenidos en red, los *likes*, la filtración de contenidos de carácter sensible o los mensajes privados no solo afectan a la autoestima de los personajes, sino que alteran directamente el rumbo de sus historias y se encuentran muy entrelazadas con el arco de los personajes. En este sentido, el caso de Kat resulta paradigmático. El personaje es presentado en la serie como una adolescente que se siente insegura debido a su sobrepeso y a su falta de experiencia en relaciones afectivas y sexuales.



IMÁGENES 9 y 10

«Made you look», episodio 3, temporada 1, de la serie *Euphoria* (HBO, 2019)

El personaje experimenta una clara evolución a raíz de un encuentro con un adolescente que graba a Kat desnuda, mientras mantienen relaciones, publicando posteriormente el contenido audiovisual en una red de contenidos pornográficos, sin consentimiento. La filtración del vídeo la sitúa en el centro de todas las miradas (imagen 9). Sin embargo, al ver las reacciones de los usuarios, que expresan el deseo de ver más, Kat reconstruye su identidad en la red, como una *cam girl* que empezará a interaccionar, de forma dominante y agresiva, con hombres adultos en la red.

El personaje sigue atrapado dentro de las lógicas de la plataforma. La cámara sigue funcionando como dispositivo capaz de fragmentar, extraer y en última instancia, cosificar: la imagen de Kat es transformada en mercancía pornográfica. En este caso, las redes sociales no solo funcionan como escaparate desde donde exhibir el cuerpo, sino que determinan qué es deseable, qué es polémico, qué merece ser descartado o convertido en imagen viral. Kat analiza las reacciones en las redes y toma conciencia de qué tipo de contenidos debe ofrecer para tener más seguidores o ser vista más veces.

Tras la pantalla, caracterizada con una máscara y unas orejas de gata, Kat adopta una personalidad mucho más empoderada que acabará teniendo efectos en la vida real. A partir de esta nueva actividad en las redes como productora de contenidos de carácter sexual, Kat empezará a cambiar su actitud frente a los demás, su forma de vestir e incluso su forma de actuar a nivel íntimo y afectivo (imagen 10). El cuerpo de Kat sigue siendo mercancía visual, moneda de cambio para conseguir capital en las redes, en forma de seguidores y *likes*. El episodio subraya la dimensión que las imágenes y las redes sociales adquieren en la producción de subjetividad.

4. Conclusión

Los dispositivos móviles, con conectividad y cámara integrada, se han integrado en la vida cotidiana hasta volverse imprescindibles, provocando una radical transformación de las relaciones sociales y afectivas. El ensayo ha analizado escenas seleccionadas de las series *Black Mirror*, *Clickbait* y *Euphoria*, poniéndolas en relación con dos películas, *Blow-Up* y *Playtime*, así como con la propuesta artística de Joan Fontcuberta, *A través del espejo*. El objetivo ha sido abordar cómo el uso de las imágenes y las redes sociales en la sociedad actual contribuye a diluir los límites entre lo público y lo privado, potenciando la espectacularización de la vida y promoviendo dinámicas de auto explotación que buscan obtener visibilidad y validación en las redes. Los títulos elegidos muestran escenarios posibles que ayudan a comprender mejor, desde sus narrativas y puestas en escena, los mecanismos de control y de producción de subjetividad que operan hoy en día.

El uso de las TIC ha transformado de una forma radical la percepción que tenemos del mundo, de nuestra intimidad y de nosotras mismas. La cámara deja de ser una tecnología empleada para registrar acontecimientos y se integra en todos los ámbitos de la experiencia cotidiana, permitiendo a sus usuarios proyectarse en otras pantallas. En este nuevo ensamblaje humano-máquina, mirar y ser mirado en la red se convierte en una forma de ser y existir. Y la imagen, despojándose de su tradicional vínculo con la verdad, circula como mercancía iridiscente que aparece y desaparece sin cesar, movilizandov validaciones y afectos. En las escenas analizadas se perfila una subjetividad dependiente de la tecnología, donde el deseo de ser imagen convive con la ansiedad de la validación constante. Al mismo tiempo, los títulos elegidos trazan los peligros y malestares derivados del uso poco ético y distorsionado de las tecnologías.

En este nuevo régimen de visibilidad, donde toda experiencia se transforma en mercancía y toda intimidad en espectáculo, «dejar de mirar» puede convertirse en un acto subversivo. Si, por el contrario, decidimos no dejar de mirar, parece entonces obligado preguntarse: qué quieren las imágenes (Mitchell, 2017: 54), qué hacemos con ellas, cómo las compartimos, desde dónde y para qué miramos. Pensar la imagen hoy implicará cuestionarla, pensar las políticas de la visibilidad que la envuelven o reparar en las tensiones que pueden emerger en este deseo desenfrenado de mirar y ser miradas, a través de la pantalla.

Referencias bibliográficas

- Brea, J. L. (2010). *Las tres eras de la imagen*. Tres Cantos: Akal.
- Bravo, A., Serrano, J., Novoa, M.F. (2021). Uso del clickbait en los medios nativos digitales españoles. Un análisis de El Confidencial, El Español, Eldiario.es y Ok Diario. *Dígitos: Revista de Comunicación Digital*, 7, 185-210. doi: 10.7203/rd.v1i7.184
- Coleman, K., James D. (2021). *Capitalism and the Camera: Essays on Photography and Extraction*. Londres: Verso.
- Comeron, O. (2007). *La fábrica transparente: arte y trabajo en la época postfordista*. Tesis doctoral. Barcelona: Facultad de Bellas Artes, Universidad de Barcelona.
- Debord, G. (2002). *La sociedad del Espectáculo*. Valencia: Pre-Textos.
- Deleuze, G. (2006). Post-scriptum sobre las sociedades de control. *Polis, Revista Latinoamericana*, 5(13), 0.
- Feijoo, B., Vizcaíno-Verdú, A., & Núñez-Gómez, P. (2024). Cuerpo, imagen y redes sociales: El impacto y atractivo promocional de los influencers. *ZER: Revista De Estudios De Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 29(57), 13-16. doi: 10.1387/zer.27123
- Floridi, L. (2016). Hyperhistory, the emergence of the MASs, and the design of infraethics, July 01, 2016. doi: 10.2139/ssrn.3849902
- Fontcuberta, J. (2010). *A través del espejo*. Madrid: La Oficina.
- Fontcuberta, J. (2015). *The Post-Photographic Condition*. Montreal, Bielefeld: Mois de la Photo, Kerber Verlag.
- Fontcuberta, J. (2018). *El beso de Judas*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Fontcuberta, J. (2020). *La furia de las imágenes*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.
- Fontcuberta, J. (2024). *Desbordar el espejo*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.
- Gubern, R. (2010). El espejo es el ojo del alma. En: Fontcuberta, J. (2010) *A través del espejo*. Madrid: La Oficina.
- Hernández-Santaolalla, V. y Hermida, A. (2016). Más allá de la distopía tecnológica: videovigilancia y activismo en «Black Mirror» y «Mr. robot». *Index.comunicación: Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada*, 6 (2), 53-65.
- Han, B. (2013). *En el enjambre*. Barcelona: Herder.
- Hermida, A. y Hernández-Santaolalla, V. (2020). Horizontal surveillance, mobile communication and social networking sites. The lack of privacy in young people's daily lives. *Communication & Society*, 33(1), 139-152.
- Jardim, M. (2022). Representations of veridictory modalities and post-truth in the digital transition: discourse and corporeality in the Netflix show *Clickbait*. *Actes du congrès de l'Association Française de Sémiotique*. doi: 10.25965/as.8497
- Jardim M. (2024). The fiction of identity: veridiction and the contract of attention in the Netflix show *Clickbait*. *Actes Sémiotiques*, (131). doi:10.25965/as.8672
- Jay, M. (2003). *Campos de fuerza. Entre la historia intelectual y la crítica cultural*. Buenos Aires: Paidós.
- Marx, K. (1984). *El capital: crítica de la economía política* (Tomo I, Vol. 1). México: Siglo XXI Editores.
- Meraud, T. (2015). Iridiscence, Intimacies. En Aranda, J., Kuan Wood, B., Squibb, S., Vidockle, A. (2017), *What's love got to do with it?* Berlin: Sternberg Press.
- Mitchell, W.J.T. (1992). *The reconfigured rye. Visual truth in the post-photographic Era*. Cambridge: MIT.
- Mitchell, W.J.T. (2017). *¿Qué quieren las imágenes? Una crítica de la cultura visual*. Barcelona: Sans Soleil.
- Olivio A., Lau J. y Herrera E. (2023). Imagen desde la postfotografía: una revisión conceptual. *Arte, Individuo y Sociedad*, 35(1), 267-282. doi: 10.5209/aris.82647

- Pacheco, A. (2017). Cuerpo, deseo y ciberespacio. ¿Cómo nos enamoramos a través de las pantallas?, entrevista a Remedios Zafra, *Vice*, 18 de enero de 2017, disponible en internet: <https://www.vice.com/es/article/cuerpo-deseo-ciberespacio-remedios-zafra/>
- Pochmara, A. (2022). I don't think I have an attention span for real life anymore: excessive stimulation, sense of meaninglessness, and boredom in Sam Levinson's *Euphoria*, *European journal of American studies*, 17-4. doi:10.4000/ejas.19092
- Sadin, E. (2017). *La humanidad aumentada*. Buenos Aires: Caja Negra Editora.
- Smyth, D. (2023). *The thing*. London: Photoworks.
- Sontag, S. (1981). *Sobre la fotografía*. Barcelona: Edhasa.
- Srnicsek, N. (2018) *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra Editora.
- Steyerl, H. (2014). *Los condenados de la pantalla*. Buenos Aires: Caja Negra Editora.
- Tomas, D. (1988). From the Photograph to Postphotographic Practice: Toward a Postoptical Ecology of the Eye. *SubStance*, 17(1), 59-68. Doi: 10.2307/3685214
- Toro-Peralta K. A. y Grisales-Vargas A. L. (2021). Postfotografía: de la imagen del mundo al mundo de las imágenes. *Arte, Individuo y Sociedad*, 33(3), 899-916. Doi: 10.5209/aris.70435
- Vives-Ferrándiz Sánchez, L. (2021). La verdad es hija de la imagen: reflexiones sobre la posverdad en los tiempos del giro visual. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, n.º 22, 27-44. doi: 10.6035/2174-0992.2021.22.3
- Zafra, R. (2015). *Ojos y capital*. Bilbao: Consonni.
- Zylinksa, J. (2023). *The perception machine*. Cambridge: MIT Press.