

Cómo ser la persona del año. Sobre la identidad digital en Black Mirror de Charlie Brooker

POR SABRINA RIVA

Resumen: El artículo se centra en la construcción de la identidad digital desarrollada, particularmente, en tres episodios de la ficción británica *Black Mirror* –“15 millones de méritos”, “Vuelvo enseguida” y “Caída en picado”–, y tiene como principal propósito, analizar cómo la normalización de la socialidad a través de las redes sociales activa unos determinados dispositivos de control, que, en el caso del primer y tercer episodio, se vincula con el “principio de popularidad” (Van Dijck) como vía de acceso a algún tipo de cambio o libertad; y, en el segundo, con el empleo de esa idiosincrasia digital, en pos de prolongar la vida virtualmente y así entrar en la inmortalidad.

Palabras clave: Black Mirror, identidad digital, redes sociales, sociedades de control.

Abstract: *The article focuses in the construction of the digital identity developed, particularly, in three episodes of britanic fiction Black Mirror –“Fifteen million merits”, “Be right back” and “Nosedive”–, and it has as main purpose, to analyze how the society’s normalization through social media activates some control devices, which, in the first and third episodes, it links with the “popularity principle” (Van Dijck) as a way to access to some sort of change or freedom; and, in the second one, with the employment of that digital idiosyncrasy to extend life virtualy and to go into inmortality.*

Keywords: Black Mirror, digital identity, social media, control societies.

Literatura y artes de lo “menor”: desafíos teóricos, críticos y metodológicos

Dir. Marcela Romano

ENFOQUES: DOSSIER N° 5

Cómo ser la persona del año. Sobre la identidad digital en *Black Mirror* de Charlie Brooker

Sabrina Riva¹

“«Una red infinita de pantallas: eso es nuestro mundo.»

«Una red sin centro y, por tanto, sin Dios.»”

Jorge Carrión. *Los muertos*.

¹ Doctora en Estudios Literarios con Mención Internacional y Máster en Estudios Literarios por la Universidad de Alicante, y Profesora en Letras por la Universidad Nacional de Mar del Plata. Se desempeña como Ayudante Graduada Regular en Literatura y Cultura Españolas II (Contemporánea) y el Taller de Otras Textualidades, en la UNMDP, con sede en el Centro de Letras Hispanoamericanas (CELEHIS), donde es miembro del equipo de investigación “Semiótica del discurso”. Es Becaria Posdoctoral del CONICET y fue becada con anterioridad por otras instituciones, fundamentalmente, por la UNMDP en las categorías de Estudiante Avanzado, Iniciación y Perfeccionamiento, Fundación Carolina (Beca de Doctorado) y el Instituto Alicantino de Cultura Juan Gil-Albert. Recibió el Premio Extraordinario de Máster y el Premio USAL-TALENTO a la mejor tesis doctoral 2016, convocado por la Universidad de Salamanca, institución donde tiene en prensa su libro *La garra suave. Representaciones de Miguel Hernández como escritor popular*. Realizó Estancias de Investigación en la Universidad de Alicante, Universidad de Zaragoza, Universidad de Valencia, Università degli Studi di Bologna y Universidad Complutense de Madrid, en el marco de diversas ayudas para profesores invitados. Tiene numerosos capítulos y artículos publicados en libros y revistas de editoriales a uno y otro lado del Atlántico sobre diferentes temáticas de literatura contemporánea, en especial, la poesía de Antonio Machado y Miguel Hernández, la canción de autor española y la narrativa española más reciente.

Cuando en 1967 Guy Debord pensó la sociedad del espectáculo no sólo como un grupo de imágenes, sino como “un vínculo social entre personas, mediatizado por imágenes” (1998), es probable que nunca haya imaginado hasta qué punto sus especulaciones permiten figurarse hoy, al menos en principio, la potencia de lo visual y su rol en el diseño de la socialidad contemporánea en su conjunto. Si bien la virtualidad, el simulacro e incluso la impostura son términos que definieron los nexos entre la realidad y las llamadas nuevas tecnologías, sobre todo entre los años 90 y la aparición de la *web 2.0*, en la actualidad estos sólo dan cuenta de una mirada sesgada del fenómeno, cuya quizá principal matriz de sentido, la noción de espectáculo formulada, se transformó, ahora declaradamente, “en nuestro modo de vida y nuestra visión del mundo, en la forma en que nos relacionamos unos con otros e incluso la manera como se organiza el universo” (Sibilia, 2008, p. 54). Las pantallas, ya sea en circuito cerrado o abierto, mediatizan nuestra concepción de lo real; las imágenes de nuestra ubicua intimidad dan cuenta de nuestro rostro, que ya nada o muy poco tiene de insospechado.

En el marco de una “cultura de la convergencia” (Jenkins), es decir, una cultura en la que los cambios tecnológicos y sociales propiciaron el constante flujo de contenidos a través de diversas plataformas mediáticas y la cooperación entre las industrias que les dan cobijo, florecieron igualmente una “cultura de la participación” y del *Do It yourself*, en apariencia libre de ataduras comerciales al comienzo, y presa ya de alguna clase de modelo de negocios al iniciarse la segunda década del nuevo siglo. De hecho, una vez establecida la comunicación en red, pasados no más de diez años, son las plataformas mismas las que comienzan a moldear la socialidad y esa cultura participativa a transformarse en una cultura de la conectividad. Suerte de “sociedad aumentada” (Reig Hernández), puesto que la vida *online* intersecta de modo complejo la vida *offline* –no tenemos más que recordar el nuevo abanico de figuras autorales que se abre gracias a la *web*, que va del anónimo, el *fake*, el avatar, al sujeto real–, esa apertura no implica sólo usar y divulgar la red, sino “«hacer técnica la socialidad»”. Por lo que, según José Van Dijck, “esta socialidad tecnológicamente codificada convierte las actividades de las personas en fenómenos formales, gestionables y manipulables, lo que permite a las plataformas dirigir la socialidad de las rutinas cotidianas de los usuarios” (2016, p. 30). Se amplía cuantitativa y cualitativamente la sociedad, la narración de

historias, pero también las “sociedades de control” (Deleuze), el mercado y el consumo a través de los renovados medios masivos de comunicación.

Dichos cambios, en consecuencia, acompañaron y favorecieron la configuración de un “hiperindividuo” o “individuo conectado”, que exhibe un proceso de individualización y realización moral diverso, anclado en una síntesis entre lo individual y lo comunitario y entusiasta de una nueva ética de la cultura libre; presenta un desarrollo cognitivo atravesado por la lectura y la escritura *online*, que tiende a la brevedad y a la unidad del *snippet*, una memoria que pasa del recuerdo del texto al recuerdo de las palabras clave y a los déficits de atención o, por el contrario, al impulso de algunas facultades multitarea; y, por último, lleva a cabo un proceso de sociabilización hasta cierto punto nuevo, que fluctúa entre el empleo más ocioso de la red (“*hanging out*”) y el ingreso en algún tipo de comunidad de expertos (“*geeking out*”) (Reig Hernández, 2013).² Asediados por una “sociabilidad líquida” (Bauman), estos individuos, en definitiva, manifiestan una subjetividad más flexible y forjada de acuerdo con la mirada que les devuelve el exterior, los medios masivos y, en especial, las redes sociales, y no según los dictados de una meditación introspectiva.

Verdadero síntoma de época, la importancia de la participación democrática en las redes sociales y de la creatividad puesta en juego en esas colaboraciones, de quienes hasta ese momento habían sido simples espectadores, hizo que la revista *Time* de 2006 eligiera como personaje del año a “Usted”, esto es, al usuario conectado a internet, consagrando de esa forma la capacidad de empoderamiento que éste tenía, merced al uso de la *web*. Sin embargo, ese idealismo propio del momento previo al desarrollo de las plataformas actuales, por supuesto, no se sostuvo. Y, cuatro años más tarde, no casualmente fue el propietario de *Facebook*, Mark Zuckerberg, el personaje del año y no los usuarios de su red.

² Cabe destacar que si pensamos en el desarrollo cognitivo suscitado por el uso de las redes desde una perspectiva más “integrada” que “apocalíptica”, nos encontramos con estudios que afirman que éste promueve habilidades nuevas como la mentalidad de filtrado, el pensamiento estadístico, el análisis y visualización de datos, el pensamiento flexible y la desconexión, capacidad esta última, que es necesario entrenar, al igual que se debe aprender a focalizar la atención (Reig Hernández).

Pero hay otro elemento fundamental de esa edición de la revista que nos interesa. En la portada, por encima de la leyenda que justifica la elección del personaje central –“*Yes, You. You control the Information Age. Welcome to your world*”–, se visualiza una computadora de escritorio. La pantalla de ésta, por su brillo, color y su disposición se asemeja a un espejo, es decir, la publicación invita al lector a que ponga atención sobre sí mismo, en tanto agente de un cambio considerado positivo.³

Si *Time* proponía que nos contemplásemos en el lado más encomiable de esa revolución digital, el creador de la serie *Black Mirror*, Charlie Brooker, entonces, nos insta a ir más allá del espejo, a resignificar las bondades de las redes sociales, y, a través de éste, no sólo a cuestionar la autoconstrucción del “yo” mediada por las redes, sino a preguntarse quién nos controla y –como lo distinguiera Deleuze– “para qué se (nos) usa” (1991).⁴

En el presente trabajo, nos detendremos particularmente en tres episodios de la mencionada ficción británica –“15 millones de méritos” (“*Fifteen millions merits*”), “Vuelvo enseguida” (“*Be right back*”) y “Caída en picado” (“*Nosedive*”)–, a fin de precisar cómo la normalización de una identidad digital pone en marcha unos determinados dispositivos de control, que, en el caso del primer y tercer capítulo, se vincula con la productividad y la “cultura del acceso”, junto con la búsqueda de la popularidad como vía hacia la libertad; y, en el segundo, con el empleo de esa singularidad digital, en pos de aplazar la muerte y aspirar a la eternidad.

³ Los datos sobre la revista se obtuvieron de la siguiente publicación *online*: Grossman, L. (2006). *Time’s person of the year: You*. *Time*.

Recuperado de <http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,1570810,00.html>

⁴ En el agudo y polémico documental *Hypernormalisation* (2016) del periodista de la BBC Adam Curtis –por cierto, amigo de Brooker–, una de las experiencias más reveladoras que el autor retrata es el diseño entre 1964 y 1967 de un *software* llamado Eliza, pariente lejana de la actual Siri de *Apple*, programa que era capaz de mantener una conversación con un interlocutor a través de la computadora, a la manera de un psicoanalista virtual que solo enunciara frases hechas o empáticas. Conforme a esos ensayos, el creador de la misma, Joseph Weizenbaum, no dejaba de sorprenderse del impacto que ésta generaba en quienes la usaban. Incluso la propia secretaria del científico, quien sabía perfectamente que se trataba de un programa, había quedado fascinada por la invención y llegó a contarle intimidades a la máquina. Ahora bien, si mencionamos esto aquí es porque nos parece muy sugestiva la tesis a la que arriba Curtis, de acuerdo con la cual, esa conexión entre el usuario y la superficie resplandeciente que exhibe la revista *Time* puede interpretarse también como una especie de basa emocional. En palabras del documentalista: “En una era de profundo individualismo, lo que hacía a las personas sentirse seguras era tenerse a sí mismos reflejados, al igual que en un espejo”.

Las pantallas envuelven, proyectan o mediatizan de una forma u otra todo lo que puede observarse en “15 millones de méritos”. Las paredes de los cubículos que habitan los personajes muestran paisajes animados, por ende artificiales, y programas de televisión que son de visionado prácticamente obligatorio, los hábitos o quehaceres de la rutina cotidiana como cepillarse los dientes dependen de un sistema digital, al igual que las máquinas expendedoras de comida, la productividad de las personas se contabiliza y exhibe en monitores; y, en suma, esa experiencia vital alienada no tiene más alternativas de cambio, que el ingreso de los protagonistas en un *reality show*, espectáculo que subvierte y actualiza en clave distópica la metáfora del gran teatro del mundo, en el que, conforme a sus *performances*, se les proporciona algunas mejoras – como veremos, engañosas pero concretas– en su calidad de vida. Más allá del *horror vacui* digital que define la atmósfera agobiante de este universo, uno de los principales atractivos conceptuales de ese trazado social, como apunta con lucidez Vicente Luis Mora (2012), es que éste “cumple la profecía establecida por Jean Baudrillard en su conocido ensayo «Écran total»: la pantalla se vuelve habitable, se convierte en lugar, pasando de dos a tres dimensiones”.

Por otro lado, los sujetos que residen allí reparten su tiempo entre el ocio y el trabajo programados por un poder invisible, que, en su imperceptibilidad, no hace más que exhibir de manera ostensible para el espectador la aceptación pasiva de estos seres de un determinado *statu quo* y sus arbitrariedades, la vigilancia y la normalización aceptados como aspectos naturales de ese modo de existencia. Cuando no están en sus cuartos viendo televisión, se encuentran en una de las millones de “fábricas-gimnasio” pedaleando en una bicicleta conectada a la red, acción que al mismo tiempo les permite seguir viendo una pantalla. Desprovistos de cualquier clase de “rito espiritual” (Carrión, 2012), su trabajo consiste en generar la energía que esa forma de vida necesita mediante el pedaleo, y su paga se traduce en una serie de “méritos”, puntos con los cuales pueden mejorar la imagen de sus avatares, suscribirse a otros programas de tv, comprar aplicaciones electrónicas o simplemente detener el visionado y disfrutar de un

momento de silencio.⁵ Esto es, se trata de una práctica que premia la productividad, cuya acumulación de capital posibilita el acceso, siempre que se haya participado con éxito del *reality show Hot Shot*, a una suerte de desclasamiento o, a lo sumo, a otra instancia menos angustiosa de esa realidad. En este sentido, la “metáfora de la bicicleta” encuentra claras correspondencias con algunas de las críticas, que, una vez transcurrida la primera época de triunfalismo respecto de la nueva era de la información, se le hizo a las plataformas de la *web 2.0*. Según éstas, los usuarios de las mismas son doblemente explotados, como trabajadores que producen los contenidos de esas plataformas inspiradas en él y como “consumidores obligados a readquirir sus propios datos procesados, al tiempo que resignan parte de su privacidad” (Van Dijck, 2016, p. 37).

Al comienzo de la historia, el protagonista de la misma, llamado Bing Madsen, camina con sus brazos pegados al cuerpo y sus ojos perdidos, alienado y autómatas, hacia su bicicleta, mientras se escucha una canción que irónicamente expresa “I have the dream”, yo tengo un sueño. Sin embargo, cuando inicia su actividad mira la pantalla que tiene enfrente y la representación gráfica que lo identifica –o avatar– sonrío. La identidad de todos los personajes que vemos pedaleando, entonces, también es doble: por un lado, se desarrolla la vida del productor de energía, aquel que trabaja sin apenas sacar sus ojos de los monitores y no mantiene vínculos estrechos con las personas que lo rodean y, por el otro, la de su correlato dibujado, proyección en parte de su imaginación, quien interactúa con los otros avatares durante la transmisión de *Hot Shot*, momento inédito del episodio, en el que estos arengan enfervorizados a los participantes de turno, constituyendo un público masivo, que, en rigor, se encuentra cada uno en su celda, debidamente controlado y separado de las aspiraciones del colectivo.

Sin duda, al igual que en otras narraciones de *Black Mirror* como “Oso blanco” (“*White bear*”), “El momento Waldo” (*The Waldo moment*), “Playtesting” (“*Playtest*”)

⁵ Los programas que se exhiben son formas de “espectáculo” que hoy aún nos parecen grotescas, incluso *kitsch*, y que no están lejos de los modos de representación de los numerosos *reality shows* de la televisión por cable, póngase por caso, de los financiados por la cadena MTV. El exceso, la muestra explícita de los cuerpos y el borramiento de las fronteras entre la vida pública y la vida privada que signan nuestra época, se llevan en este episodio al paroxismo, y los personajes son constantemente hostigados por imágenes pornográficas, ya sean éstas de transmisiones dedicadas al género, como de otras provenientes de los programas *Hot Shot* y *Botherguts*, caracterizados por la falta de matices y, por supuesto, de reflexión.

y “La ciencia de matar” (“*Men against fire*”), “15 millones de méritos” emplea algunos mecanismos de los videojuegos, siendo la personalización de los avatares, uno de los elementos que de manera más transparente nos remite a la gamificación. Del mismo modo que en las consolas de Nintendo *Wii*, los personajes de la serie pueden elegir entre una variedad de opciones de cabello, rostro, indumentaria, etc., elección que está ligada al principio de la productividad misma que los rige, pues cambiar la apariencia de su imagen digital es una de las pocas cosas por las que pueden canjear sus “méritos”.⁶ El contrapunto entre las dos identidades mencionadas con anterioridad es evidente. Mientras el avatar muta, utiliza colores y sonrío, la persona fuera de la pantalla permanece fija en su exterior anodino, viste de gris y, en el caso de Bing, luce ausente. Merced a estos recursos, además, la ficción hace obvia referencia a la escasez de relaciones personales *in praesentia* que la creciente comunicación a través de *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y otras redes propicia.

La espectacularización extremada y, por lo mismo, mediatizada, con todo, reclama en paralelo realidad y no más ficción, dado que –según las reflexiones de Paula Sibilia– en cuanto “más se ficcionaliza y estetiza la vida cotidiana con recursos mediáticos, más ávidamente se busca una experiencia auténtica, verdadera, que no sea una puesta en escena” (2008, 221), o al menos así lo parezca. En la serie, Bing ansía justamente que algo real ocurra e identifica esa pureza, si se quiere aura, con la presencia de Abby y con su canto. Como confía en el valor de sus cualidades, le ofrece sus 15 millones de méritos para que con ellos pueda pagar el ticket del *talent show Hot Shot* y participe del concurso.⁷ De lo que no se da cuenta, es de que en un ámbito de

⁶ Los avatares usados en las consolas de Nintendo se denominan *Mii*. Estos pueden ser creados en el canal *Mii* del menú de *Wii* o con la aplicación Editor que poseen preinstalados otros reproductores. En Nintendo 3DS y *Wii V* el *Mii* puede generarse a partir de reconocimiento facial. Si bien el empleo de esta última herramienta no queda claro en la serie, el hecho mismo de que se utilicen “los muñecos animados de la *Wii* (una consola donde el movimiento físico del jugador genera movimiento *digital* en la pantalla del avatar) es una elección especialmente afortunada para materializar la ontología del deseo a distancia que explora *Black Mirror*” (Mora, 2012).

⁷ El jurado del programa está compuesto por tres miembros Charity (caridad), Hope (esperanza) y Wraith (suena como fe y significa fantasma), quienes alegorizan irónicamente las virtudes teologales. Debido a que el episodio muestra una pérdida absoluta de la sociabilidad interpersonal y física y del espacio público tal y como los concebíamos hasta hace algunos años, es ese show y su tribunal quienes remedan a la comunidad política, mediante su representación mediática (Barraycoa Martínez, 2012).

estas características todo vende más si es real. La realidad de su inocencia tiene éxito y Abby gana el premio, que implica un cambio de su lugar dentro de la jerarquía social, pero no su libertad. Ahora participa de grabaciones pornográficas que se transmiten en un canal fijo, similar a aquellos que se presentan en *Youtube*, no pedalea, sino que actúa una y otra vez para la cámara.

Decepcionado y abatido, Bing, no obstante, decide que desenmascarará al sistema él mismo y mediante diversas tretas consigue los méritos que necesita para participar del show. Su actuación consiste en un baile, que interrumpe para pronunciar un discurso, en el que protesta por la importancia que se le da a la falsedad y a la falsificación. Su apasionada diatriba culmina con una expresión análoga al final de “Caída en picado”: “¡Que os den!”. Pero lejos de asustar o conmover al jurado del programa y a sus espectadores, Bing es aclamado y pasa él también a tener su propio canal de transmisión en vivo. El estallido de creatividad que su actitud comporta pronto es neutralizado y fagocitado por un mercado como el nuestro, cada vez más eficaz a la hora de instrumentalizar las novedades y venderlas.

“Tú decides en *Hot shot*” reza el eslogan publicitario. La audiencia determina el destino de los participantes y estos no controlan lo que sucede, únicamente se “salvan” teniendo su propio canal y siendo “populares”, en pocas palabras, gozando de una libertad paradójica, encerrados como están en esos personajes mediáticos y en sus nuevos habitáculos, más amplios y confortables, pero igual de solitarios y asfixiantes. La sensación de encierro es total, ya sea porque no hay ventanas, ni luz natural –casi siempre están bajo las luces de los reflectores–, ya porque la identidad queda fijada a la “extimidad” (Sibilia), a la identidad digital alcanzada, más ficcional que real. No hay posibilidad para gestos románticos ni modernos. Nada escapa a la virtualidad ni a la naturaleza espectacular de ese inalterable porvenir.

En el primer episodio de la tercera temporada, “Caída en picado”, el mundo representado es semejante al de nuestros días, incorporándose en ese marco los *gadgets* y las novedades tecnológicas propias del futuro que se intenta caracterizar. Así, el entorno digital está signado por el uso sistemático de *smartphones*, sofisticados ordenadores, coches eléctricos, el empleo recreativo de gafas de realidad virtual y la proyección de hologramas, entre otros. Pese a ello, desde la aparición de los primeros

fotogramas de la serie, queda clara la lectura autoconsciente e irónica que imprime a ese universo Joe Wright, director de esta aventura. La realidad se presenta estetizada y las interacciones humanas armónicas. En efecto, los colores pasteles y, sobre todo, las variaciones del color rosa que gobiernan la paleta utilizada, no sólo dan cuenta de los contrastes entre la felicidad de esa vida ideal y el derrotero hacia lo que hay al otro lado del espejo, que sufrirá en carne propia la protagonista, sino que el aspecto etéreo y cuidado de las imágenes nos remite a los balances que consiguen los filtros de *Instagram*. Al igual que en la red social, en la que existe la posibilidad de agregar filtros que les den a las fotos una apariencia *vintage*, el programa “logra incitar al ser humano a vivir su presente como un futuro pasado” (Lisarelli, 2013).

Si bien la normalización impuesta por las plataformas *online* es una cuestión que recorre transversalmente todas las temporadas de la serie, aquí esa dinámica de la vida cotidiana se convierte en una política de estado que regula la socialidad. Los ciudadanos reciben una valoración –y no sólo *likes*– cada vez que interactúan con una persona y eso define su *status* social, puesto que su popularidad medida numéricamente les permite acceder a unos servicios y a otros no. El conflicto de clases se ve eclipsado, vía electrónica, por la aceptación del usuario en internet. Esto significa que impera un “principio de popularidad” idéntico al de la *web*, en donde “la conectividad es un valor cuantificable” y en la que en cuanto más contactos tenga un individuo, “más valioso resultará, porque entonces más personas lo considerarán popular y desearán trabar contacto con él” (Van Dijck, 2016, p. 31).⁸

Lacie Pound, el personaje principal del episodio, sueña con alquilar una casa en una refinada urbanización de los suburbios llamada Cala Pelicano, pero no posee los puntos necesarios para hacerlo. Como el deseo es más potente que la realidad, y la popularidad además de cuantificable es manipulable, va en busca de un profesional para que la ayude a subir su valoración. Del mismo modo en que lo haría un *community manager*, éste habla de su situación como si se tratase de administrar las comunidades

⁸ Las listas de popularidad establecen qué personas son más “valiosas” económica o socialmente que otras. Lejos de la horizontalidad que otrora se les atribuyera a los medios masivos de comunicación, las redes disciplinan a sus usuarios para que cumplan con unos patrones de conducta determinados.

digitales de una empresa, gestiona la reputación de una marca: mide y analiza, diseña y ajusta la estrategia de reputación *online* y, como veremos, estimula la búsqueda de *influencers*. En primer lugar, destaca que tiene un “arco de popularidad sólido” y una actitud positiva, dado que desde muy temprano se emplea a fondo en las redes sociales. En segundo lugar, analiza su “esfera de influencia”, considera que tiene un círculo cercano leal y unos “buenos periféricos”, esto es, gusta a los desconocidos. En tercer lugar, le indica que todos sus contactos son “gente de rango medio-bajo” y que recibe muchas estrellas del personal de servicio. Por lo que, para lograr el 4.5 que anhela, necesitará un “impulso”, votos de “gente de calidad”. Visto que tiene muy poco tiempo para conseguirlo, no es suficiente en este caso con que siga las vías usuales para alcanzar la popularidad y aumentar su valor individual –involucrarse en más grupos y establecer más contactos–, debe impresionar a cuadros altos para que su arco ascienda rápidamente, es decir, atenerse a los designios de la “profecía autocumplida”, o lo que es equivalente, “la construcción de uno mismo como quiere ser hasta convertirse en ello” (Reig Hernández, 2013, p.68).

Pronto llega su oportunidad. Sube a las redes una foto con un muñeco de trapo –un “gesto auténtico” como le señalara su consejero– y Naomi Blestow, usuaria *premium* y amiga de la infancia, pone cinco estrellas a la misma y luego se contacta con ella: se va a casar y quiere que Lacie sea su dama de honor. A partir de ese momento ésta prepara una *performance*, repetida en distintas situaciones, que incluye un discurso sobre la importancia de recordar “lo que es real”, lágrimas y unas fotos que se proyectan mientras ella declama, en las que se encuentra con Naomi de pequeña. Su puesta en escena no es gratuita, y como advertiremos luego la de la amiga tampoco, sin embargo, Lacie insiste en encarnar esa realidad hasta tal punto que su hermano, quien actúa de contraparte, la tilda de sociópata y le reclama que ya nunca conversan, “te pasas el tiempo con gente que finge ser feliz”, afirma.

La discusión con éste desencadena las primeras pérdidas de puntos y su consecuente “caída en picado”, pues no lo olvidemos, el ecosistema digital se caracteriza por su interdependencia y por su interoperabilidad. En el aeropuerto, cuando intenta tomar un vuelo para ir a la boda de Naomi, se entera de que el mismo fue cancelado, pierde la paciencia con la empleada de la aerolínea, alza la voz e insulta.

De inmediato, es disciplinada socialmente. Tanto la empleada como los otros clientes la señalan con el teléfono celular como si fuera un arma (y por supuesto de alguna manera lo es) y la puntúan con cero. A continuación, acude al mostrador un policía y la sanciona. Le saca un punto y le aplica un “doble perjuicio”: durante veinticuatro horas las valoraciones negativas que le hagan se multiplicarán por dos. El “principio de popularidad”, entonces, establece jerarquías, sirve para disponer medidas punitivas y proyecta su control sobre los cuerpos y el comportamiento. En ese mundo feliz y participativo, todos son alternativamente jueces y acusados.

Falta de puntos, en consecuencia, Lacie es arrojada a las inclemencias de la carretera. Purgatorio o camino hacia algún tipo de revelación, lo cierto es que en ese viaje la protagonista dialoga con dos modelos distintos y opuestos de interacción con el sistema. Por un lado, nos encontramos con Susan, una camionera que la ayuda a pesar de su baja valoración, y que vive casi como una *outsider*, con 1.4 puntos y expresando lo que siente o piensa sin tapujos. Por el otro, Naomi, la estereotipada falsa amiga que, una vez que se entera de que Lacie tiene menos de cuatro puntos, le dice que no asista a la boda y confiesa sin remordimiento alguno que en las simulaciones que probaron, la participación de ésta quedaba fantástica. Después de todo, asevera, no había que engañarse, a ambas les convenía esa farsa por motivos distintos. En suma, estas declaraciones son significativas porque a diferencia de Lacie que se esfuerza en componer su personaje, Naomi tiene plena consciencia de que su identidad digital no es más que una máscara, o mejor, una *performance*, dado que las palabras y las imágenes que articulan su narración autobiográfica cotidiana documentan y dan sustento a su “yo”, pero lo que es más importante aún en esta coyuntura, lo realizan.

Por último, en el momento en que finalmente la protagonista llega a la boda – enajenada, llena de fango y con el maquillaje corrido–, inicia su discurso, mientras comienza a escuchar el *ringtone* de su valoración negativa y los guardias de seguridad la cercan. Poco queda de aquella defensa ingenua de las “relaciones reales” de su prédica original, aunque no sin cierta paradoja, cuenta los entretelones de su amistad con Naomi y escandaliza a los asistentes con sus agravios, acciones violentas e irreverencia. Durante la escena final en la cárcel, discute con el preso de la celda de enfrente y comienzan a

insultarse. Ese acto comporta tal carga de creatividad, emoción y espontaneidad que acceden sin proponérselo a una nueva clase de libertad. Según se lo mire, el relato tiene final feliz, considerando que Lacie toca fondo, pero se libra del acondicionamiento social que se había autoimpuesto, quizá sin saberlo, mediante las redes.

“Vuelvo enseguida” parte de un núcleo narrativo simple. Una pareja de enamorados, Ash y Martha, se separa debido a la muerte trágica del novio en un accidente y la chica debe enfrentar sola el duelo. Si en un mundo atravesado por las imágenes y en el que la intimidad se hace pública, ya no basta con sacar una foto de circulación para superar la ausencia de un ser querido –como había hecho la madre de Ash con las fotografías de su hermano–, el asunto que intenta despejar este episodio es de qué manera se manifestará en ese futuro próximo la aflicción por la muerte de alguien.

Si bien la tecnología que se muestra en pantalla es muy austera, apenas podemos observar teléfonos móviles, televisores y computadoras, en gran parte porque la historia transcurre en el campo, la respuesta a las inquietudes planteadas en el párrafo anterior aparece bajo la envoltura de un *software* experimental, que permite establecer un diálogo entre el muerto y quien se encuentra frente a la pantalla del ordenador.⁹ Éste se nutre de las actualizaciones de Facebook, Twitter y cualquier cosa que Ash compartiera públicamente en la red y lo imita. En cuanto más información introduce, más se asemeja a él. No existe fuera de la nube –y en este sentido nos recuerda el destino final de las protagonistas de “San Junipero” de la tercera temporada–, pero esa información desperdigada por internet, de la que sabemos que era un usuario dedicado, pues su novia se quejaba de que era como si no estuviera con ella sino “ahí”, construye una identidad digital, aprovechándose en el plano de la ficción las potenciales consecuencias de la “googleización de la memoria” (Reig Hernández). En rigor, el programa procede de modo inverso a la “memorización cyborg” contemporánea: toma los fragmentos, palabras clave y los hipervínculos de los dispositivos externos y configura a partir de ellos una memoria virtual lo más acabada posible del sujeto, que

⁹ Nótese que en principio el programa presenta como principales antecedentes al mencionado proyecto Eliza y a las diversas aplicaciones con funciones de asistente personal, fundamentalmente Siri de *Apple* y sus competidores *Google Assistant*, *Microsoft Cortana*, *Amazon Alexa* y *Samsung Bixby*.

se va mejorando gracias al uso del sistema. Es por esto que el Ash revivido hace algunos ajustes de su diccionario y le señala a Martha aquellas frases que le son difíciles de procesar.

Ahora bien, al igual que en los otros episodios analizados, este relato interpela a una serie de plataformas *online*, aquellas que permiten programar mensajes póstumos y entregarlos una vez que hayamos muerto, por ejemplo, *If I Die* (ifidie.net) y *Dead Social* (www.deadsocial); registrar nuestra voz y preservarla, ese es el caso de *The Voice Library* (www.rememberedvoices.com), y, en especial, a *LivesOn* (www.liveson.org), la única de las hasta aquí mencionadas que admite la interactividad póstuma. Ésta asegura que la cuenta de un usuario de Twitter siga marcando favoritos y tuiteando aún después de muerto. Y esto es posible, porque el programa analiza las preferencias y la gramática del mismo, de forma análoga a como actúa el *software* de *Black Mirror*. La serie, por ende, recrea críticamente estas novedades y reflexiona acerca de los cambios existenciales que la implementación de las mismas implica.

El vínculo entre Martha y el Ash virtual prospera y ella le cuenta que está embarazada. Por añadidura, la desesperación que sufre cuando se rompe su móvil hace que decida pasar a la siguiente etapa. Pedirá a la empresa que le brinda el servicio que envíe un cuerpo, al cual poder asociar la identidad digital. En una noche tormentosa, que nos remonta a aquella otra en la que se concibió a Frankenstein, Martha pone en marcha el artefacto con la ayuda del propio Ash, que la asiste por teléfono. “El cuerpo real” es “desplazado por el cuerpo interfase hombre-máquina, como generación de una nueva forma de encarnación, que se instaura desde una confluencia simbólica entre lo artificial y lo natural” (Martínez Ojeda, 2006, p. 74). Pero ella no se muestra satisfecha con la actuación del cyborg, pues le recrimina que para él no existe la historia y que sólo expresa cosas que Ash dijo sin pensarlas. Vale decir, la “condición posthumana” de esa creación, hecha de girones de virtualidad, vida inorgánica y genética (Santaella citada en Barbosa, 2015), se pone de relieve de inmediato. A diferencia del ser real, su réplica no puede formular los contextos adecuados para sus enunciados, le cuesta circunscribir nociones temporales y tampoco tiene desarrollada la capacidad de reflexión. Sólo

maneja el código de la socialidad *online*: pronuncia textos breves y conoce a la perfección la sintaxis y los botones difundidos por Facebook y Twitter, entre otros.

Según Manuel Castells, “la tendencia que domina nuestras sociedades, como una expresión de nuestra ambición tecnológica y en concordancia con nuestra celebración de lo efímero, es borrar la muerte de la vida” (2015, p. 489). En paralelo a la resolución de las inquietudes que planteáramos al comienzo, entonces, este episodio procura imaginar si es posible que podamos sobrevivir por medio de nuestras identidades digitales. La respuesta de la serie es ambigua. Se puede remedar la forma del cuerpo y algunas de sus condiciones físicas, pero es muy difícil restaurar la singularidad de la “máquina humana”, unida intrínsecamente al pensamiento y a la voluntad del sujeto. A la postre, ya sea porque Martha no puede terminar de hacer el duelo nunca, ya porque el nuevo Ash reproduce una parte significativa del auténtico, o simplemente porque los datos de las redes es lo único que perdura, ella no puede deshacerse de él y lo guarda en el desván de su casa.

En un mundo como el representado en *Black Mirror*, en el que la sociedad se organiza en exclusiva a través de las demandas del espectáculo y el mercado, las plataformas moldean la socialidad y las subjetividades, al mismo tiempo que activan los engranajes del videocontrol. En “15 millones de méritos” y “Caída en picado”, la popularidad es la que delimita las jerarquías sociales, libera de la opresión del estado y ejerce su control sobre los cuerpos, pero también es un principio manipulable. Las redes disciplinan a sus usuarios para que desempeñen unos roles standarizados, y, por lo mismo, se autoconstruyan de acuerdo con unos determinados patrones estéticos y de conducta, aunque estos pueden cambiarlos en la medida en que diseñen unas estrategias de reputación alternativas. En “Vuelvo enseguida”, no tenemos acceso a la información compartida por el protagonista, antes bien se indaga acerca de qué posibilidades hay de que aplacemos la muerte por medio de la conservación de nuestros perfiles digitales. En cualquier caso, se trata siempre de unas identidades que se forjan en virtud de la mirada del otro, quien comparte en este sentido la figuración de su contacto en la red, y cuyas negociaciones convierten al “yo” forzosamente en una mercancía.

Referencias bibliográficas

- Barbosa, C., de Morais, L. y Ameno Ribeiro, L. (2015, enero). “Homem pós-orgânico” ou “Frankenstein pós-moderno”? Um caso de amor & morte em “Be right back”, da série Black Mirror. *E-Scrita. Revista do curso de Letras da Uniabeu*. Recuperado de http://revista.uniabeu.edu.br/index.php/RE/article/view/1555/pdf_371
- Barraycoa Martínez, J. (abril de 2012). El imaginario social del control mediático y tecnológico: la distópica *Black Mirror*. En *Actas del IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*, Tenerife, Universidad de La Laguna. Recuperado de http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/2012_actas/061_Barraycoa.pdf
- Carrión, J. (2012). *Black Mirror* y el telecine del futuro. En: *Notas sobre el futuro del cine*. Bs. As.: Ministerio de Cultura del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
- Castells, M. (2005). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Vol. 1 La sociedad red*. Bs. As.: Siglo XXI.
- Debord, G. (1998). *La sociedad del espectáculo*. Recuperado de <http://disenso.info/wp-content/uploads/2013/06/La-sociedad-del-espectaculo-G.-Debord.pdf>
- Deleuze, G. (1991). Posdata sobre las sociedades de control. En: Ferrer, C (Comp.). *El lenguaje literario*. Montevideo: Nordan. Recuperado de <http://www.fundacion.uocra.org/documentos/recursos/articulos/Posdata-sobre-las-sociedades-de-control.pdf>
- Grossman, L. (2006). *Time's person of the year: You*. *Time*. Recuperado de <http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,1570810,00.html>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Lisarelli, D. (2013, julio). Instagram, la vida por delante. *Los Inrockuptibles*. Recuperado de <https://losinrocks.com/instagram-la-vida-por-delante-9b3f5c900953>
- Martínez Ojeda, B. (2006). *Homo Digitalis: etnografía de la cibercultura*. Bogotá: UNIANDES-CESO.

- Mora, V.L. (2012). De la videovigilancia literaria al videocontrol de *Black Mirror*. Recuperado de <http://lab.cccb.org/es/de-la-videovigilancia-literaria-al-videocontrol-de-black-mirror-2/>
- Reig, D. y Luis Vílchez (2013). *Los jóvenes en la era de la hiperconectividad: tendencias, claves y miradas*. Madrid: Fundación Telefónica.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidación como espectáculo*. Bs. As.: FCE.
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Bs. As.: Siglo XXI.

Referencias fílmicas

- Gorel, S. (Productora) y Curtis, A. (Director). (2016). *HyperNormalisation*. Reino Unido. British Broadcasting Corporation.
- Lyn, E. (Director). (2011). Fifteen million merits. *Black Mirror*. Reino Unido: Zeppotron.
- Harris, O. (Director). (2013). Be right back. *Black Mirror*. Reino Unido: Zeppotron.
- Joe Wright, C. (Director). (2016). Nosedive. *Black Mirror*. Reino Unido: Zeppotron.

Sitios web

- <https://www.deadmansswitch.net>
- <http://deadsocial.org>
- <http://ifidie.net>
- https://mobile.twitter.com/_liveson
- <http://www.re-memberedvoices.com>