UN RECORRIDO POR LA ARQUITECTURA DE LA MIRADA DESDE EL PANÓPTICO AL ALGORITMO

¿CÓMO HEMOS PASADO DEL MIEDO A SER VISTOS AL DESEO DE SER VISTOS?

A lo largo de la historia, nuestra relación con la mirada se ha transformado. Ya no solo modificamos nuestra conducta ante la posibilidad de ser observados, como ocurría con el panóptico ideado por Jeremy Bentham: ahora también aprendemos a construir y mostrar nuestra identidad buscando visibilidad, reconocimiento y aprobación.

TEXTO: **SANDRA BRAVO DURÁN** ILUSTRACIÓN: **LAURA WÄCHTER**



finales del siglo XVIII, el filósofo inglés Jeremy Bentham imaginó una prisión casi perfecta. Su panóptico disponía las celdas alrededor de una torre central desde la que un vigilante podía observar a los presos sin ser visto. Lo verdaderamente sofisticado del sistema no era que alguien estuviera mirando permanentemente, sino que nadie pudiera saber cuándo lo hacía. Bastaba con la posibilidad de la mirada.

Casi dos siglos después, el sociólogo Michel Foucault encontró en aquella arquitectura algo mucho mayor que un modelo penitenciario. El panóptico permitía comprender una forma de poder extraordinariamente eficaz: aquella en la que la vigilancia termina siendo interiorizada por quien es observado. Cuando creemos que alguien puede estar mirándonos, comenzamos a comportarnos como si efectivamente lo estuviera (Foucault, 1976).

El vigilante puede entonces desaparecer. Nosotros hacemos el resto.

El panóptico revela así algo más que un mecanismo de vigilancia: la mirada ajena no solo modifica lo que hacemos, también interviene en aquello que creemos ser.

APRENDER A MIRARNOS DESDE FUERA

Mucho antes de Instagram, la sociología ya había advertido que la identidad nunca se construye completamente a solas.

A comienzos del siglo XX, Charles Horton Cooley formuló el concepto del *looking-glass self*, el "yo espejo", según el cual aprendemos a vernos según imaginamos que somos percibidos y juzgados (Cooley, 1902). Erving Goffman llevó esa reflexión al terreno de la representación social y recurrió al teatro como metáfora de la vida cotidiana. Nos mostramos ante los demás, interpretamos papeles, administramos información y tratamos de producir determinadas impresiones (Goffman, 1971).

Nada de esto nació con las redes sociales. Antes de que existiera el *feed*, ya elegíamos qué ropa vestir para una entrevista, qué contar en una primera cita o qué esconder durante una comida familiar. La identidad siempre ha tenido algo de puesta en escena.

CUANDO VIVIR TAMBIÉN ES REPRESENTAR

En 1967, el filósofo francés Guy Debord amplió esta perspectiva en *La sociedad del espectáculo*[1]. Su planteamiento iba más allá de la proliferación de imágenes y apuntaba a una transformación de las relaciones sociales, cada vez más mediadas por ellas. En un mundo organizado en torno al consumo y la mercancía, la representación adquiría un papel central en nuestra experiencia.

Hoy aquella intuición alcanza una nueva dimensión. Fotografiamos el viaje mientras estamos en él, pensamos cómo contar una vivencia antes incluso de que termine y elegimos imágenes capaces de expresar quiénes somos —o quiénes querríamos parecer— ante públicos que muchas veces ni siquiera conocemos.



"La mirada más eficaz es aquella que terminamos llevando dentro"

Esa posibilidad de ensayar distintas versiones de nosotros mismos conecta con la modernidad líquida descrita por Zygmunt Bauman, en la que la identidad deja de entenderse como un destino cerrado para convertirse en un proyecto abierto, sujeto a revisión permanente (Bauman, 2002).

Definirnos, reinventarnos y sostener nuestra imagen se vuelve una tarea inacabada.

DEL VIGILANTE A LA AUDIENCIA

El panóptico funcionaba porque no sabíamos cuándo alguien estaba mirando. Las plataformas digitales introducen una nueva lógica en la que ser observados ya no representa únicamente una posible amenaza, sino también una fuente de reconocimiento.

Publicamos, compartimos y esperamos una respuesta que podemos comprobar casi al instante a través de seguidores, visualizaciones, comentarios, *likes*, reproducciones o números de alcance. La mirada se ha convertido en métrica; el espejo social de Cooley ahora devuelve cifras. Aunque no revelan necesariamente lo que los demás piensan de nosotros, aprendemos a interpretarlas como señales de aceptación o relevancia.

La pregunta deja de ser únicamente cómo nos ven los demás para convertirse en qué versión de nosotros merece ser vista. Empezamos a anticipar qué fotografía funcionará mejor, qué comportamiento despertará mayor interés o qué imagen nos hará más visibles.



"Antes nos preocupaba quién podía estar mirándonos; ahora también, que nadie lo haga"

Las plataformas no solo cuantifican nuestra visibilidad, sino que sus algoritmos intervienen también en cómo se distribuye y jerarquiza. No necesitan darnos instrucciones explícitas, porque basta con que aprendamos qué parecen premiar.

La investigadora Taina Bucher (2012) identificó[2] una paradoja especialmente reveladora al señalar que, mientras el panóptico disciplinaba mediante la posibilidad de ser vistos, las plataformas digitales pueden hacerlo mediante el temor a volvernos invisibles. Antes nos preocupaba quién podía estar mirándonos; ahora también nos preocupa que nadie lo haga.

Esta transformación conecta con el pensamiento del filósofo Byung-Chul Han, para quien el poder contemporáneo no opera únicamente a través de la prohibición y la disciplina, sino también mediante sujetos que se exponen, se optimizan y participan activamente en las dinámicas que los regulan (Han, 2013; 2014).

Cuanto más libres parecemos mostrarnos, más atentos podemos volvernos a las condiciones que hacen posible ser vistos.

INTENTANDO APARENTAR

En una sociedad obsesionada con parecer auténtica, incluso la espontaneidad necesita preparación.

Las redes sociales están llenas de códigos que hemos aprendido a interpretar casi sin darnos cuenta. Reconocemos qué transmite éxito, autenticidad, pertenencia, buen gusto o estatus, hasta el punto de que incluso la indiferencia hacia la opinión ajena necesita cierta puesta en escena para resultar convincente.

Para Pierre Bourdieu, el gusto no era una elección puramente individual, sino también un mecanismo de distinción social (Bourdieu, 1988). A través de códigos socialmente aprendidos, determinados gestos y comportamientos se convierten en señales de prestigio.

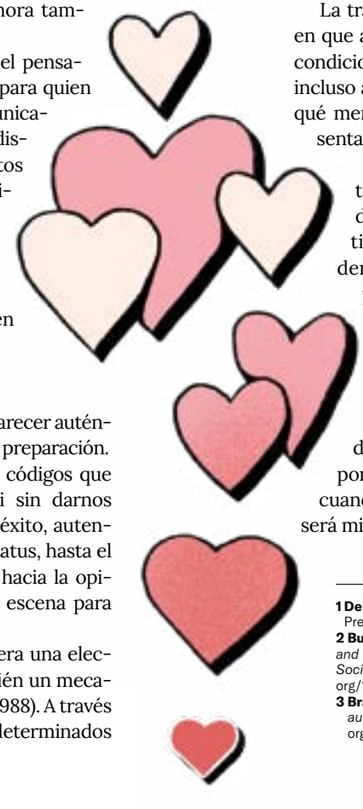
Esta lógica no es nueva. En la corte de Luis XIV, Versalles ya funcionaba como un escenario de representación social donde la vestimenta, los gestos y los rituales obedecían a una etiqueta que establecía jerarquías. No bastaba con ocupar una posición, sino que también había que saber exhibirla.

Hoy encontramos una lógica semejante en fenómenos como farmear aura, que consiste en realizar o mostrar determinadas acciones capaces de aumentar la percepción de carisma, singularidad o estatus. El término es nuevo, pero la lógica social que contiene lo es bastante menos[3].

Lo que cambia no es solo la velocidad, sino también el alcance y la posibilidad de evaluar la respuesta. Podemos saber cómo circula nuestra imagen pública y ajustar la siguiente actuación en función de las reacciones que recibimos. Así se forma un círculo peculiar en el que nos mostramos, somos observados, medimos la mirada y aprendemos a mostrarnos de nuevo.

DEL PANÓPTICO AL ALGORITMO

La transformación más profunda quizá no esté en que ahora queramos ser vistos, sino en que las condiciones de visibilidad comienzan a intervenir incluso antes de que nos mostremos. Aprendemos qué merece atención y ajustamos nuestra representación a esa expectativa.



Esto no significa que toda representación sea falsa ni que exista, escondido debajo de nuestros perfiles, un "yo auténtico" completamente independiente de los demás. La sociología lleva demasiado tiempo explicándonos precisamente lo contrario: siempre nos hemos construido en relación con otros.

Tal vez la pregunta contemporánea ya no sea únicamente cuánto modifica nuestra conducta saber que estamos siendo observados, sino algo más difícil de responder: ¿qué ocurre con nuestra identidad cuando empezamos a vivir anticipando cómo será mirada por otros? ◧

---

1 Debord, G. (2000): *La sociedad del espectáculo*. Valencia, Pre-Textos.
2 Bucher, T. "*Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook*" en *New Media & Society* (2012, núm. 7, pp. 1164-1180). Disponible en: https://doi.org/10.1177/1461444812440159
3 Bravo, S. "*De Versalles a TikTok: llevamos siglos 'farmeando aura'*" en *The Conversation* (2026). Disponible en: https://doi.org/10.64628/AAO.gkuj3n6tg