



Andamios. Revista de Investigación

Social

ISSN: 1870-0063

revistaandamios@uacm.edu.mx

Universidad Autónoma de la Ciudad de

México

México

Márquez, Israel

"Muerte 2.0": pensar e imaginar la muerte en la era digital

Andamios. Revista de Investigación Social, vol. 14, núm. 33, enero-abril, 2017, pp. 103-120

Universidad Autónoma de la Ciudad de México

Distrito Federal, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=62849641006>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

“MUERTE 2.0”: PENSAR E IMAGINAR LA MUERTE EN LA ERA DIGITAL

Israel Márquez*

RESUMEN. Este artículo trata sobre el significado de la muerte en la cultura digital actual. En concreto, pretende destacar cómo muchas de las ideas modernas sobre la muerte aún presentes hoy en día (privatización, invisibilización y desocialización de la muerte, o la progresiva simplificación de los ritos mortuorios) se ven cuestionadas con la llegada de la Web 2.0 y su énfasis en la visibilidad, conectividad y sociabilidad entre usuarios. El artículo concluye que estas y otras características de la denominada “Web social” conectan la muerte en la era digital actual con una concepción premoderna o primitiva de la misma.

PALABRAS CLAVE. Muerte, modernidad, premodernidad, cultura digital, Web 2.0.

“DEATH 2.0”: THINKING AND IMAGINING DEATH IN THE DIGITAL AGE

ABSTRACT. This paper deals with the need to understand the meaning of death in today's digital culture. In particular, it attempts to highlight how many of the modern ideas of death still present nowadays (privatization, invisibilization and desocialization of death, or the overall simplification of funeral rites) are challenged with the advent of the Web 2.0 and its emphasis on visibility, connectivity and sociability. The paper concludes that these and other characteristics of the so-called “Social Web”

* Investigador posdoctoral en Juan de la Cierva, Ministerio de Economía, Industria y Competitividad (Mineco) y docente en la Universitat Oberta de Catalunya. Correo electrónico: isravmaruez@gmail.com

connect death in the current digital era with a pre-modern or primitive conception of death.

KEY WORDS. Death, modernity, premodernity, digital culture, Web 2.0.

INTRODUCCIÓN

El culto a la vida, si de verdad es profundo y total, es también culto a la muerte. Ambas son inseparables. Una civilización que niega a la muerte, acaba por negar a la vida.

“Todos Santos, Día de Muertos”, Octavio Paz

En los últimos años, como consecuencia de la generalización de las nuevas tecnologías de la información y las redes sociales digitales en la vida cotidiana de las personas en diversas partes del mundo, ha aparecido un nuevo vocabulario relacionado con la muerte compuesto por términos y expresiones de nuevo cuño, como “cementerios virtuales”, “cuentas *in memoriam*”, “testamentos virtuales”, “ritos cibermortuorios”, “obituarios virtuales”, etcétera. Tales expresiones pretenden capturar una nueva visión de la muerte mediada cada vez más por la tecnología informática e Internet, y son indicativas de la creciente necesidad de generar nuevos modos de pensar e imaginar la muerte en la era digital.

En el ámbito académico, cada vez son más los estudios y análisis dedicados a investigar la nueva realidad de la muerte en el contexto digital actual,¹ una muerte que se manifiesta de formas completamente diferentes (pero también curiosamente parecidas) con respecto a épocas anteriores. En un mundo en el que dispositivos de *hardware* como ordenadores, *smartphones* o *tablets*, y servicios de *software* como las redes sociales digitales son prácticamente inseparables de la vida cotidiana de

¹ Véanse, por ejemplo, Brubacker, Hayes y Dourish (2013), Carroll y Landry (2010), Christensen y Sandvik (2014), Forman, Kern y Gil-Egui (2012), Gotved (2014), Hess (2007), Hume y Bressers (2009), Maddrell (2012), Marwick y Ellison (2012), Pennington (2013), Sofka, Cupit y Gilbert (2012), y Stokes (2011).

muchas personas, la pregunta actual por la muerte no puede ignorar el papel que cumplen estos elementos esenciales de nuestra cibercultura en la experiencia de enfrentarse a ella y todo lo que la rodea.

Este artículo ofrece algunas reflexiones en torno al significado de la muerte en la sociedad actual. En concreto, pretende poner de manifiesto cómo muchas de las ideas modernas sobre la muerte aún presentes hoy en día (como el convertir la muerte en un asunto privado, el rechazo, invisibilización y desocialización de ésta, o la progresiva simplificación de los ritos mortuorios) se ven cuestionadas con la llegada de la cultura digital, en especial a partir del paradigma de la Web 2.0 y su énfasis en la visibilidad, conectividad y sociabilidad entre usuarios, aspectos que, paradójicamente, conectan la muerte actual con una concepción premoderna o primitiva.

LA MODERNIDAD Y LA BATALLA CONTRA LA MUERTE

¿Cómo viven los vivos con los muertos? Hasta que el capitalismo deshumanizó a la sociedad, todos los seres vivos esperaban la experiencia de la muerte. Era su futuro final. Los vivos eran en sí mismos incompletos. De esta forma, vivos y muertos eran interdependientes. Siempre. Sólo una forma de egotismo extraordinariamente moderna rompió esta interdependencia. Con consecuencias desastrosas para los vivos, ahora pensamos en los muertos en términos de los eliminados.

“Doce tesis sobre la economía de los muertos”, John Berger

Con el advenimiento de la modernidad, la pregunta por la muerte deja de ser algo habitual. El sujeto moderno no habla mucho de la muerte, y, cuando piensa en ello, lo abrevia o directamente no lo comunica. La muerte se convierte en un tema tabú, en algo obsceno y molesto, de lo que nadie quiere oír hablar. Como señala claramente Jean Baudrillard, “de las sociedades salvajes a las sociedades modernas, la evolución es irreversible: poco a poco *los muertos dejan de existir*” (1980: 145; cursivas mías). Y dejan de existir porque, con la llegada de la modernidad, se los empieza a expulsar lejos del grupo de los vivos, de la intimidad doméstica del hogar familiar al espacio apartado de

hospitales o cementerios. En las sociedades tradicionales, la muerte no se ocultaba, y los muertos permanecían presentes en la vida social de los vivos. La muerte era algo visible, público, expuesto. La muerte era algo normal, inscrito en la realidad cotidiana de la vida de las comunidades, mientras que a partir de la modernidad la muerte pasa a ser percibida “una anomalía impensable [...] una delincuencia, un extravío incurable” (Baudrillard, 1980: 145).

En la sociedad actual la muerte ya no se interpreta, como en las sociedades tradicionales, como un proceso de renovación de las generaciones, sino como el final de la vida individual, de ese sujeto único e indivisible creado por el pensamiento científico moderno. En las culturas premodernas, donde miembros de varias generaciones vivían en una misma casa y dormían incluso en una misma cama, existía una conciencia clara del vínculo entre la muerte y las generaciones futuras. Los sujetos se sentían parte de una familia y una comunidad que vive de manera infinita, perpetuándose generación tras generación con independencia del carácter transitorio de cada existencia individual. Con la modernidad, la muerte se vuelve un asunto individual y se trata de postergar a toda costa. La vida se convierte en una especie de carrera por “ganar” a la muerte, convirtiéndose ésta cada vez más en un asunto “higiénico”:

Toda nuestra cultura es higiénica: su objetivo es expurgar a la vida de la muerte. Es a la muerte que apuntan los detergentes de cualquier lejía. Esterilizar la muerte a cualquier precio, vitrificarla, refrigerarla, climatizarla, maquillarla, “señalarla”, acosarla con el mismo encarnizamiento que a la mugre, al sexo, al deshecho bacteriológico o radioactivo. *Make-up* de la muerte (Baudrillard, 1980: 212).²

² Norbert Elias también señala en su libro *La soledad de los moribundos* este carácter higiénico de la muerte y destaca su novedad histórica con respecto a épocas anteriores: “Nunca anteriormente, en toda la historia de la humanidad, se hizo desaparecer a los moribundos de modo tan higiénico de la vista de los vivientes, para esconderlos tras las bambalinas de la vida social; jamás anteriormente se transportaron los cadáveres humanos, sin olores y con tal perfección técnica, desde la habitación mortuoria hasta la tumba” (Elias, 1987: 32-33).

Como decía Heidegger (2003), el ser humano es un *ser-para-la-muerte*: un ser arrojado a un mundo de posibilidades entre las cuales se encuentra la misma posibilidad de morir. La modernidad pretende eludir este hecho buscando soluciones científicas para evitar la propia muerte, como demuestran técnicas como la criogenización o la clonación. Asimismo, el recurso a la cosmética y las cirugías plásticas pretenden ser soluciones igualmente “higiénicas” ante el inevitable paso del tiempo, el envejecimiento natural del ser humano y el recuerdo de que la muerte está cada vez más próxima. El propio cuidado del enfermo o del anciano ya no recae, como en el pasado, en amigos, familiares o amantes, sino en otros agentes humanos y no-humanos: médicos, enfermeras, máquinas, etcétera. El paciente queda de este modo aislado y su vida se deja en manos de los equipos médicos y el instrumental técnico moderno. Según Hans-Georg Gadamer, la tecnología biomédica permite a los médicos mitigar muchos síntomas de la muerte, pero al hacerlo priva a los pacientes de la realidad existencial de experimentar y enfrentarse a su propia muerte:

El médico enfrente problemas terribles, sobre todo en lo que respecta a atender a los moribundos. ¿En qué medida puede el médico tratar de aliviar el sufrimiento del paciente si lo que elimina es no sólo el dolor del paciente sino también su “persona”, la libertad y responsabilidad en relación con su propia vida y, en última estancia, hasta la conciencia de su propia muerte? (Gadamer, citado en Heath, 2008: 54).

Estas y otras estrategias biopolíticas tienden a marginar, apartar y ocultar la propia muerte, lo que en definitiva implica un proceso de *desocialización* de ésta. La muerte se aparta del corazón de la vida social, es eliminada del espacio público: “Nosotros hemos desocializado la muerte al transferirla a las leyes bio-antropológicas, al acordarle la inmunidad de la ciencia, al autonomizarla como fatalidad individual” (Baudrillard, 1980: 151).

Todo ello se manifiesta también en los ritos mortuorios de los últimos años, caracterizados por una progresiva simplificación, privatización, disimulación, reducción o incluso desaparición. Como señala

Thomas, la vida urbana, “con sus exigencias relativas al tiempo, el espacio, la rentabilidad y el lucro, y la reducción de la familia al grupo formado por la pareja y sus hijos, han modificado apreciablemente los ritos de antaño” (1991: 128), y encontramos ritos simplificados que se limitan a reunir a algunos amigos íntimos para orar en común, otros que se han vuelto obsoletos (como el acompañamiento del moribundo y el prolongado velatorio del cadáver), y otros que han sido sencillamente prohibidos, como el paso del cortejo fúnebre por el centro de la ciudad. En una sociedad dominada por una creciente aceleración de los ritmos de vida, el propio rito mortuorio queda reducido a su mínima expresión, de forma que, como señala Martine Segalen, “el tiempo de duelo se acorta, las señales públicas se difuminan y ni las casas ni los cuerpos se visten ya de negro” (2005: 64). Surge entonces un nuevo tipo de muerte estrechamente vinculada a una sociedad que ya no tiene pausas y en la que todo sigue como si nada muriese: “Ya nada señala en la ciudad que ha pasado algo: el antiguo coche fúnebre negro y plata se ha convertido en una banal limusina gris, insospechable en el oleaje de la circulación” (Ariès, 1983: 446). La consecuencia de todo ello es que los actos ligados a la muerte “dejan de ser una manifestación pública de la despedida y una lenta digestión compartida del dolor por la pérdida para convertirse en un acto de trámite —‘hoy vamos de entierro’—” (Allué, 1998: 78), lo cual resta eficacia al rito y enmascara y reduce la muerte a un hecho altamente mecanizado, reglamentado y profesionalizado.

EL RETORNO (DIGITAL) DE LA MUERTE

A pesar de esta progresiva simplificación de los ritos mortuorios durante los últimos años, la propia Martine Segalen reconocía que éstos no han dejado de existir, y se manifiestan actualmente bajo nuevas formas. La antropóloga francesa destacaba que en la era del fax, el teléfono móvil y el correo electrónico, la muerte es “una de las escasas ocasiones en las que la familia del difunto recibe una gran cantidad de misivas manuscritas que inscriben el hecho en un marco social amplio” (2005: 67). En efecto, el advenimiento de Internet y las nuevas

tecnologías de la información han traído consigo nuevas formas de comunicación de la muerte y de socialización en torno a ella. Hoy en día, a través de chats, foros, blogs, mundos virtuales, o redes sociales, viudos, amigos y parientes abren y gestionan espacios digitales que rinden homenaje al difunto y lo dotan de actualidad. Esta tendencia puede rastrearse desde los primeros días de Internet (Roberts y Vidal, 2000), donde ya existían sitios web en forma de “cibermemoriales” o “cementerios virtuales”. Tales sitios, sin embargo, eran espacios fundamentalmente pasivos donde existía muy poca posibilidad de interacción por parte del usuario, según la lógica unidireccional propia de la Web 1.0. Con la llegada y generalización del nuevo paradigma de la Web 2.0 (o “Web social”) y su énfasis en la conectividad y la sociabilidad entre usuarios, este tipo de espacios dedicados al culto a la muerte adquieren un carácter más relacional, dinámico y flexible.³ Aparecen incluso espacios originalmente no pensados para este uso, pero que se convierten en nuevos lugares para rendir culto a los muertos, como blogs, redes sociales o mundos virtuales.

Estos y otros espacios accesibles desde Internet han propiciado una especie de retorno digital de la muerte, o su *reactualización*, que va en contra de la lógica moderna de rechazarla, simplificarla, invisibilizarla y desocializarla. Los familiares, amigos o amantes vuelven a ocuparse del fallecido y a elaborar un culto por su muerte de un modo simbólico y afectivo. La muerte no se oculta, no se la expulsa a hospitales y cementerios, sino que se exhibe públicamente, se comparte colectivamente, como se hacia en otras épocas. Al contrario de la tendencia de las sociedades occidentales a reprimir y limitar la expresión de dolor, a dominar y regular los sentimientos ante la muerte (como hacemos, por

³ A diferencia de la Web 1.0, la Web 2.0 (un concepto popularizado por el irlandés Tim O'Reilly) fue concebida para que cualquier persona pudiera hacer uso de ella y generar contenido. Con la nueva web, ya no es sólo el webmaster quien puede elaborar y compartir este contenido, sino que cualquier usuario, a partir de herramientas y servicios sencillos de usar (blogs, wikis, redes sociales, etcétera), puede generar y distribuir contenido libremente en Internet. El llamado “software social” (como también se conoce a la Web 2.0) ha simplificado la dificultad de uso de Internet y las redes digitales, hasta el punto de que buena parte de lo que encontramos hoy en día en la red es contenido creado por los propios usuarios.

ejemplo, en el velatorio), en las redes digitales todo el mundo es capaz de expresarse y manifestar públicamente su desconsuelo.

Tradicionalmente, el duelo por la persona fallecida no sólo afectaba a sus familiares y parientes más cercanos, sino a todos los miembros de la comunidad. Con el tiempo, sin embargo, el duelo por la muerte de un ser querido empezó a experimentarse como un sentimiento individual y aislado que no se enmarcaba ya dentro de la colectividad. Pero las nuevas tecnologías digitales parecen estar cambiando esto, y por medio de comentarios, imágenes, videos y canciones publicados y compartidos digitalmente, devuelven al muerto a la comunidad. Por medio de este tipo de interacciones digitales, la muerte se comparte públicamente, se socializa, y el muerto retorna digitalmente al mundo de los vivos, y comparte espacio con ellos.

“CUENTAS IN MEMORIAM”

Todo lo anterior puede observarse de forma clara y precisa en la red social Facebook, como sabemos, es uno de los espacios digitales más populares de la actualidad. En el año 2009, la compañía dirigida por Mark Zuckerberg creó un tipo especial de cuentas, las llamadas cuentas “*in memoriam*” o “conmemorativas”, pensadas para que los familiares y amigos del difunto puedan seguir dejándole mensajes después de muerto. De este modo, Facebook buscaba “homenajear” la memoria de las personas fallecidas por medio de perfiles conmemorativos en los que se pueden guardar y compartir recuerdos, relatos y experiencias de las personas que han muerto. Este tipo de cuentas permiten nuevas formas de luto, duelo y relación con la persona fallecida. Los amigos de ésta escriben mensajes en su perfil digital, suben canciones, comparten videos, y cuelgan imágenes de diverso tipo. Como señala Stokes (2011: 366), este tipo de cuentas “*in memoriam*” convierten el perfil del usuario en un sitio de homenaje, un espacio de conmemoración, generando una especie de “velatorio electrónico ilimitado” que se extiende a lo largo del tiempo.

De alguna manera, el hecho de que la cuenta siga activa produce un sentimiento de presencia de la persona fallecida que nos incita a

comunicarnos con ella, algo que no sucede igual en una tumba o en un nicho de cementerio, donde el cuerpo queda oculto y enterrado, olvidado en un espacio alejado. El muerto, de alguna forma, sigue “estando ahí”, bajo la forma de una imagen de perfil y una “biografía”⁴ conmemorativa que recibe visitas y comentarios, y que se sigue actualizando periódicamente. En efecto, a partir de nuestras publicaciones en el perfil de la persona fallecida, somos nosotros mismos los que vamos actualizando su biografía a través de una suerte de narrativa compartida. De esta forma, los amigos y familiares del muerto se convierten en una suerte de “biógrafos”; un *biógrafo colectivo* que recuerda y relata cómo era en vida la persona fallecida, y que imagina también a través de relatos cómo será su vida ahora, relatos escritos muchas veces en tiempo presente, como si el muerto siguiera estando vivo. La identidad, en este sentido, es siempre narrativa, incluso cuando uno ha muerto y otros relatan e imaginan su vida por él. Si *ser es narrarse*, como decía Paul Ricoeur, *ser es* también *ser narrado* a través de los relatos de otros. Según Alasdair MacIntyre, “nunca somos más (y a veces menos) que coautores de nuestras narraciones” (1987: 263). Así, nos relatamos a nosotros mismos, y somos relatados por otros, cuando estamos vivos, cuando aún no hemos nacido y cuando estamos muertos. Somos narratividad, antes, durante y después de la vida, narratividad construida a partir de los relatos de uno mismo y los relatos de otros.

Como recuerda Vincenzo Susca, el muro de Facebook o la página de un blog, aunque su función sea rendir homenaje a un difunto, son muy diferentes a otros lugares conmemorativos como el altar de un cementerio de tipo tradicional. El medio para recordar a la persona fallecida es el mismo que utilizan los internautas para moverse, socializar y comunicarse a través de la red, es decir, un lugar donde “pulula y vibra la socialidad electrónica”, y donde, a diferencia de la zona plácida y austera de los altares públicos dedicados al culto a los muertos, no

⁴ En Facebook, el espacio de la “Biografía” muestra la información más relevante de un perfil en orden cronológico desde su nacimiento hasta el tiempo presente. La Biografía, como la define la propia compañía, es “una colección de las fotos, historias y experiencias que componen tu vida”, desde el nacimiento de la persona en Facebook (la primera vez que se registró en el sistema) hasta su momento presente.

se impone el silencio y el respeto a quien “descansa en paz” (Susca, 2012: 227), sino que se le integra en la lógica relacional, conectiva y conversacional propia de la Web 2.0. Así pues,

la identidad de la persona fallecida, o mejor dicho, sus huellas, llegan al corazón palpitante de la socialidad contemporánea para ser parte integrante de sus cultos vitales. Con independencia de la voluntad de su referente originario, dicha identidad vuelve a la vida, o, cuando menos, circula de nuevo y restablece esa proximidad ancestral entre vida y muerte que interrumpió bruscamente y con efectos perversos la llegada de la modernidad (Susca, 2012: 228).

Redes sociales como Facebook pueden entenderse, por tanto, como “espacios tecnoespirituales en los que las identidades de los fallecidos son producidas intersubjetivamente a partir de las contribuciones de los amigos” (Brubacker, Hayes y Dourish, 2013: 154). Tras producirse la muerte, el sujeto fallecido sigue existiendo en la red a través de una versión digitalizada de sí mismo. El muerto pervive gracias a las redes digitales y los sistemas telemáticos, así como a las intervenciones, las actualizaciones y los relatos de sus amigos, quienes generan flujos de comunicación y socialización en torno a él. Se genera así una nueva condición antropológica que va más allá de la muerte física y que perdura en forma de bases de datos y redes telemáticas. Así pues, y por paradójico que resulte,

la persona fallecida en la vida real sigue produciendo significado y viviendo en la red en los restos de un cuerpo electrónico e hipertextual que aún establece vínculos, genera comunicación, crea lenguaje y une cuerpos [...] El cadáver susurra en línea su presencia a los vivos y sigue influyendo en sus tramas existenciales, como un miembro más de la red social (Susca, 2012: 228-229).

La situación es bastante similar a la concepción de la muerte en las sociedades tradicionales, donde la muerte era sentida e interpretada

como un hecho eminentemente social, y donde el muerto, como el doble,⁵ era “un *compañero* con el cual el primitivo tiene una relación personal y concreta, una relación ambivalente, feliz o desgraciada según el caso, un cierto tipo de intercambio visible (palabra, gestual y ritual)” (Baudrillard, 1980: 163). En redes sociales como Facebook, al igual que en las sociedades tradicionales, la persona fallecida sigue siendo un *compañero* con el que los vivos mantenemos una relación personal y concreta por medio de contenidos públicos y visibles a través de su muro-biografía. El perfil del difunto sigue estableciendo vínculos, generando comunicación e influyendo en la vida de los vivos a través de los susurros hipertextuales de su imagen electrónica o “dataimagen”.

MUERTE Y DATAIMAGEN

Si como decía Bachelard, “la muerte es primero una imagen, y sigue siendo una imagen” (citado en Debray, 1994: 24), en la era Web 2.0 diríamos más bien que “la muerte es primero una dataimagen, y sigue siendo una dataimagen”. El concepto de *dataimagen* se refiere a nuestro retrato computarizado en las bases de datos, nuestra imagen electrónica (Laudon, 1986). La dataimagen de un individuo puede incluir información como el nombre, la edad, el sexo, la dirección, el número de teléfono o el origen étnico de la persona, además de preferencias de consumo, gustos, intereses, etcétera. En una sociedad dominada por las nuevas tecnologías informáticas, las personas se definen cada vez más en términos de una dataimagen: “Lo que somos para la máquina ubicua, la conexión ubicua, es más importante que lo que somos para nosotros mismos o para los demás” (Lyon, 1995: 297). Las máquinas saben más acerca de nosotros que

⁵ En relación con la figura del doble, estrechamente ligada a la de la muerte, dice Baudrillard: “El primitivo tiene una relación dual, y no enajenada, con su doble. Puede realmente, lo que nos está prohibido para siempre, tener trato con su sombra (la sombra real, sin metáfora) como con algo original, vivo, para hablarle, protegerla, disponerla favorablemente, sombra tutelar u hostil; justamente no un reflejo del ‘original’ del cuerpo, sino sombra con pleno derecho, y por lo mismo no una parte ‘enajenada’ del sujeto, sino una de las figuras del intercambio” (1980: 163).

nosotros mismos. La dataimagen, a diferencia del yo real, es completa, recuperable, predecible en términos estadísticos, etcétera.

La muerte en una sociedad como la actual es inseparable del conjunto de datos que existen almacenados en Internet a través de las innumerables huellas digitales que hemos ido dejando mientras estábamos navegando o conectados a la red. El individuo actual nace, crece y muere como dataimagen, pues los registros digitales del yo evolucionan desde el nacimiento (o antes, desde el embarazo) hasta la muerte, e incluso más allá de ésta. El resultado es la construcción de un minucioso y detallado archivo personal de uno mismo que puede actualizarse y reproducirse en cualquier momento. La dataimagen se convierte en un archivo, y el archivo de formas pasadas de la vida, como escribe Boris Groys, puede convertirse, en cualquier momento, en un plano para el futuro:

Al guardarse en el archivo como documentación, la vida puede ser revivida nuevamente y reproducida dentro de un marco histórico siempre que alguien decida emprender tal reproducción. El archivo es el lugar donde el pasado y el futuro se vuelven intercambiables (Groys, 2014: 81).

Encontramos un maravilloso ejemplo de lo anterior en el controvertido capítulo “Be Right Back” de la serie de televisión británica *Black Mirror*. En este episodio, Martha, la joven protagonista, pierde a su pareja, Ash, al poco de que ambos decidieran mudarse juntos al campo. En el funeral de Ash, una amiga de Martha le habla de un nuevo servicio digital que permite a las personas seguir en contacto con las personas fallecidas. El servicio recopila todas las conversaciones digitales y toda la información del difunto almacenada en sus perfiles de redes sociales y genera una nueva versión digitalizada del mismo que simula con detalle su personalidad y comportamiento.

Una situación como la planteada en este capítulo va actualmente más allá del ámbito de la ficción y hoy en día existen en el mercado aplicaciones como Eterni.me, la cual permite reproducir, por medio de algoritmos informáticos, el carácter de la persona fallecida a partir de la huella digital que ha ido configurando en las redes digitales. Como

puede leerse en su página web,⁶ el servicio recoge los pensamientos, historias y recuerdos del muerto, los mezcla y genera un avatar⁷ inteligente que se parece a la persona fallecida. Según el servicio, este avatar o “tú virtual” (*virtual you*) vivirá para siempre y permitirá que otras personas en el futuro puedan acceder a los recuerdos de la persona fallecida. El servicio actualiza y concretiza de este modo el viejo sueño de la inmortalidad a través de un avatar construido a partir del archivo digital que el individuo fue construyendo y almacenando durante su vida, de manera consciente o inconsciente. También supone cierta democratización de la inmortalidad, en el sentido de que ésta pasa a ser un derecho virtual de todos y ya no un privilegio limitado a unos pocos (héroes, famosos, artistas, deportistas, etcétera).

“GRACIAS TOTALES”: A MODO DE CONCLUSIÓN

*En todas partes acosada y censurada,
la muerte reaparece por doquier.
El intercambio simbólico y la muerte, Jean Baudrillard*

Todo lo que venimos diciendo puede entenderse como una versión actualizada del culto a los muertos, una forma ritual que ha estado siempre presente en cualquier civilización (y que continúa visible actualmente en celebraciones como el ejemplar Día de Muertos en México), aunque a lo largo de la modernidad se haya visto cada vez más desplazada. Así, a diferencia de las sociedades tradicionales,

⁶ [<http://eterni.me/>].

⁷ En su sentido etimológico, *avatar* (o *avatāra*) es una palabra procedente del idioma sánscrito que se refiere al “que desciende”, es decir, a la bajada o descenso de un dios al mundo de los seres humanos. En la mitología hindú, el *avatar* designa cada una de las encarnaciones de Vishnu, el dios de la preservación y la bondad, que puede alcanzar hasta diez formas terrestres distintas. El término se utiliza desde hace tiempo en los estudios sobre Internet y cibercultura para referirse a la encarnación digital de la persona en diferentes espacios de la red, desde una sala de chat hasta un mundo virtual.

según avance la modernidad se irá secuestrando la experiencia de la muerte y relegándola a los márgenes de la vida social al reducirse el ritual y la participación comunitaria, surgir actitudes embarazosas y de ocultación, y segregar y victimizar a aquellos portadores de la muerte que, como los enfermos terminales, quiebran las seguridades y estrategias propias de la modernidad tardía al hacer patente lo real de nuestra mortalidad (Giner, Lamo y Torres, 1998: 512).

Los nuevos ritos mortuorios nacidos con el advenimiento de la sociedad digital y la cibercultura van en contra de esta lógica moderna de marginalizar y ocultar la muerte, y vuelven a acoger al difunto de un modo simbólico, afectivo y relacional. Ya sea a través de cementerios virtuales en salas de chat o en mundos virtuales (véanse por ejemplo los cementerios creados en espacios como Second Life), en perfiles de Facebook en memoria de los fallecidos, o en aplicaciones que permiten crear un avatar inteligente de la persona fallecida como Eterni.me, vivos y muertos comparten, como en el pasado, un mismo espacio social y se vuelven interdependientes.

Un ejemplo reciente donde puede verse reflejado buena parte de lo expuesto en este trabajo es la muerte del músico Gustavo Cerati, líder de la popular banda de rock argentina Soda Stereo y un ícono cultural en toda América Latina. Al anunciararse la muerte de Cerati el 4 de septiembre de 2014, tras haber permanecido más de cuatro años en coma, no sólo Facebook sino otras redes como Twitter, YouTube, blogs, etcétera, se llenaron rápidamente de comentarios, canciones, imágenes y videos del cantante, produciéndose un *rito de separación masiva* en tiempo real e instaurándose, en apenas unos minutos, una comunidad global reunida en torno a una emoción común: el adiós virtual al popular músico argentino.

En el caso concreto de Facebook, el perfil de Cerati y de su banda se llenó de comentarios por parte de millones de personas. Es más, los perfiles personales de muchos usuarios se llenaron con fotografías de perfil con el rostro de Cerati, con vídeos de sus canciones, con imágenes de luto, y con comentarios de dolor ante la pérdida, siendo la frase “gracias totales” —una de las más famosas de Cerati— una de las más

reproducidas. La gente incluso ideó ingeniosas despedidas a través de frases y comentarios que recogían en forma de *collage* varios títulos de canciones de la banda. El siguiente es un ejemplo de este tipo de *despedida intertextual* escrita por un usuario a partir de referencias y homenajes a canciones de Cerati y Soda Stereo:

ADIÓS MAESTRO... Te haremos un ZOOM por tu partida, te fuiste rápido como en un JET SET. Gracias porque nos diste SIGNOS de vida, le dirás a la eternidad TRÁTAME SUAVEMENTE, ahora ME VERÁS CAER en la pena de no tenerte más con nosotros, ni la PERSIANA AMERICANA, tal vez la MÚSICA LIGERA me acompañe en mi TELEKINESIS para contactarte, tomaré VITAMINAS y dejare mi JUEGO DE SEDUCCIÓN para ir PASEANDO POR ROMA (AMOR), ojo no es NADA PERSONAL pero CUANDO PASE EL TEMBLOR de tu partida, me volveré DIETÉTICO, y haré un PICNIC EN EL 4TO B, será éste EL RITO, no me interesa si MI NOVIA TIENE BÍCEPS, ni que me diga NO SEAS TAN CRUEL, porque ELLA USÓ MI CABEZA COMO UN REVÓLVER, SI NO FUERA POR la SOBREDOSIS DE TV y la CANCIÓN ANIMAL, no te hubiera conocido, ahora mándame UN MISIL EN MI PLACARD para no esperar UN MILLÓN DE AÑOS LUZ para escucharte tocar... Gracias MAESTRO CERATI... GRACIAS TOTALES.

La función de toda esta actividad *online* es similar a la de un ritual funerario tradicional, en el sentido de que éste debe tener por función:

la socialización de la pérdida, hacerla pública y participativa a la comunidad que abandona el difunto. Representará la ruptura mediante actos de homenaje al difunto que sacralicen la despedida. [...] Como representación dramática, deberá contar con elementos que permitan mostrar el dolor a través de los símbolos del luto favoreciendo la *catarsis*, la expresión emocional del sentimiento de pérdida (Allué, 1998: 75).

En el caso de la muerte de Cerati, tales elementos adquirieron la lógica y el lenguaje propios de la cibercultura, un lenguaje construido a partir de símbolos visuales, textuales, sonoros y gestuales mediados digitalmente; desde despedidas intertextuales, como la reproducida

anteriormente, hasta imágenes, videos o canciones del cantante y su banda, compartidas, comentadas y socializadas por esa comunidad emocional, global y virtual unida por el suceso.

Este tipo de despedidas y acciones rituales de luto no son exclusivas de cantantes e ídolos populares como Cerati, sino que actualmente se extiende a todos nosotros. Los usuarios de Facebook cuelgan una foto de perfil (o de portada) en negro cuando fallece un amigo o un familiar, lo recuerdan mediante la publicación de fotografías y videos en sus propios muros y en los de la persona fallecida, abren páginas especiales en su memoria, etcétera. De esta forma, nunca morimos totalmente, la distancia entre vivos y muertos, como la distancia entre lo público y lo privado, es cada vez más tenue. Paradójicamente, las modernas redes digitales nos devuelven a los tiempos premodernos, donde tampoco eran tan claras estas distancias.

Hoy en día, la persona que fallece sigue generando comunicación y estableciendo vínculos a través de Internet y las redes sociales digitales. Si es verdad, como señalan muchos, que con Facebook y el actual culto a la conectividad cada vez estamos menos solos, lo mismo vale para la muerte: cada vez estamos menos muertos. Morir en el mundo digital actual es no morir del todo. Es formar parte de una socialidad electrónica que se despliega periódicamente en los muros y perfiles de diferentes personas alrededor del mundo. Nuestra dataimagen nunca muere, y si lo hace, siempre puede ser recuperada. Morir en la era digital es recuperar la muerte como intercambio social, compartirla abierta y públicamente, y no ya hacer como si no existiera, negarle un sitio en nuestras vidas simplificándola, desplazándola o invisibilizándola; y todo ello porque, en palabras de Baudrillard, “la muerte es algo que se comparte [...] La muerte no tiene sentido más que dada y recibida, es decir, socializada por el intercambio. En el orden primitivo todo está constituido para que sea así” (1980: 194). Y lo primitivo reaparece ahora bajo la máscara de lo digital.

FUENTES CONSULTADAS

- ALLUÉ, M. (1998), “La ritualización de la pérdida”, en *Anuario de Psicología*, vol. 29, núm. 4, pp. 67-82.
- ARIÈS, P. (1983), *El hombre ante la muerte*, Madrid: Taurus.
- BAUDRILLARD, J. (1980), *El intercambio simbólico y la muerte*, Caracas: Monte Avila.
- BRUBAKER, J. R.; HAYES, G. R., y DOURISH, P. (2013), “Beyond the Grave: Facebook as a Site for the Expansion of Death and Mourning”, en *The Information Society*, vol. 29, núm. 3, pp. 152-163.
- CARROLL, B.; LANDRY, K. (2010), “Logging On and Letting Out: Using Online Social Networks to Grieve and to Mourn”, en *Bulletin of Science, Technology & Society*, vol. 30, núm. 5, pp. 341-349.
- CHRISTENSEN, D. R.; SANDVIK, K. (eds.) (2014), *Mediating and Remediating Death*, Farham: Ashgate.
- DEBRAY, R. (1994), *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente*, Barcelona: Paidós.
- ELIAS, N. (1987), *La soledad de los moribundos*, México: Fondo de Cultura Económica (FCE).
- FORMAN, A. E.; KERN, R., y GIL-EGUI, G. (2012), “Death and Mourning as Sources of Community Participation in Online Social Networks: R.I.P. Pages in Facebook”, en *First Monday*, vol. 17, núm. 9.
- GINER, S.; LAMO DE ESPINOSA, E., y TORRES, C. (eds.) (1998), *Diccionario de sociología*, Madrid: Alianza.
- GOTVED, S. (2014), “Research Review: Death Online - Alive and Kicking!”, en *Thanatos*, vol. 3.
- GROYS, B. (2014), *Volverse público. Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea*, Buenos Aires: Caja Negra Editora.
- HEATH, I. (2008), *Ayudar a morir (con un prefacio y doce tesis de John Berger)*, Buenos Aires: Katz.
- HEIDEGGER, M. (2003), *Ser y tiempo*, Madrid: Trotta.
- HESS, A. (2007), “In Digital Remembrance: Vernacular Memory and the Rhetorical Construction of Web Memorials”, en *Media, Culture & Society*, vol. 29, núm. 5, pp. 812-830.

- HUME, J.; BRESSERS, B. (2009), "Obituaries Online: New Connections with the Living-and the Dead", en *Omega. Journal of Death and Dying*, vol. 60, núm. 3, pp. 255-271.
- LAUDON, K. (1986), *The Dossier Society: Value Choices in the Design of National Information Systems*, New York: Columbia University Press.
- LYON, D. (1995), *El ojo electrónico. El auge de la sociedad de la vigilancia*, Madrid: Alianza.
- MACINTYRE, A. (1987), *Tras la virtud*, Barcelona: Crítica.
- MADDRELL, A. (2012), "Online Memorials: The Virtual as the New Vernacular", en *Bereavement Care*, vol. 31, núm. 2, pp. 46-54.
- MARWICK, A.; ELLISON, N. B. (2012), "There Isn't Wifi in Heaven!" Negotiating Visibility on Facebook Memorial Pages", en *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, vol. 56, núm. 3, pp. 378-400.
- PENNINGTON, N. (2013), "You don't De-friend the Dead: An Analysis of Grief Communication by College Students Trough Facebook Profiles", en *Death Studies*, vol. 37, núm. 7, pp. 617-635.
- ROBERTS, P.; L. VIDAL (2000), "Perpetual Care in Cyberspace: A Portrait of Web Memorials", en *Omega. Journal of Death and Dying*, vol. 40, núm. 4, pp. 521-545.
- SEGALEN, M. (2005), *Ritos y rituales contemporáneos*, Madrid: Alianza.
- SOKFA, C. J.; CUPIT, I. N., y GILBERT, K. R. (eds.) (2012), *Dying, Death, and Grief in an Online Universe, for Counselors and Educators*, Nueva York: Springer.
- STOKES, P. (2011), "Ghosts in the Machine: Do the Dead Live on in Facebook?", en *Philosophy & Technology*, vol. 25, núm. 3, pp. 363-379.
- SUSCA, V. (2012), *Deleite trágico. Las formas elementales de la vida electrónica*, Barcelona: Península.
- THOMAS, L. V. (1991), *La muerte. Una lectura cultural*, Barcelona: Paidós.

Fecha de recepción: 12 de junio de 2016
Fecha de aceptación: 4 de octubre de 2016