

EL HOMO DIGITALIS: SUBJETIVIDAD, ÉTICA Y DERECHO EN LA ERA DE LAS REDES

Homo Digitalis: Subjectivity, Ethics and Law in the Age of Networks

Sarahi Jiménez Zamora

Universidad de Guadalajara

sarahijmznzpc@gmail.com

RESUMEN

En la actualidad, las tecnologías digitales —especialmente en las redes sociales— han transformado radicalmente la manera en que los individuos se relacionan, piensan y construyen su identidad. Este fenómeno ha dado lugar a una nueva figura antropológica: el *Homo Digitalis*, un sujeto que habita simultáneamente en los espacios físicos y virtuales, generando una subjetividad híbrida caracterizada por la exposición constante, la hiper conectividad y la mediación algorítmica.

El presente artículo analiza, desde una perspectiva filosófico-jurídica, las implicaciones éticas y legales de esta transformación. Se argumenta que el *Homo Digitalis* constituye un agente moral y jurídico en proceso de redefinición, cuya identidad se forma en la intersección entre lo humano y lo tecnológico. A partir de un enfoque interdisciplinario que integra la filosofía, la ética aplicada y el derecho digital, se examina como los procesos de subjetivación contemporáneos, impulsados por la lógica algorítmica, afectan la autonomía, la responsabilidad y el reconocimiento jurídico de los sujetos. Finalmente, se propone una ética de la conexión responsable y un marco de juridicidad digital que reconozca la dignidad y los derechos del ser humano en la era de la información.

Palabras clave: Homo Digitalis, ética digital, derecho algorítmico, redes sociales, juventud, subjetividad.

ABSTRACT

Today, digital technologies—especially social media—have radically transformed the way individuals relate to one another, think, and construct their identity. This phenomenon has given rise to a new anthropological figure: the Homo Digitalis, a subject who inhabits both physical and virtual spaces simultaneously, generating a hybrid form of subjectivity characterized by constant exposure, hyperconnectivity, and algorithmic mediation.

This article analyzes, from a philosophical and legal perspective, the ethical and juridical implications of this transformation. It argues that the Homo Digitalis constitutes a moral and legal agent undergoing redefinition, whose identity is shaped at the intersection between the human and the technological. Using an interdisciplinary approach that integrates philosophy, applied ethics, and digital law, the study examines how contemporary processes of subjectivation—driven by algorithmic logic—affect autonomy, responsibility, and the legal recognition of individuals. Finally, it proposes an ethics of responsible connection and a digital juridical framework that acknowledges the dignity and rights of the human being in the information age.

Keywords: Homo Digitalis, digital ethics, algorithmic law, social media, youth, subjectivity.

INTRODUCCIÓN

La humanidad atraviesa una mutación civilizatoria en la que las tecnologías digitales no son simples instrumentos, sino el medio a través del cual se produce la vida social, económica y simbólica. Las redes sociales, la inteligencia artificial (IA) y los dispositivos móviles han redefinido la experiencia cotidiana, alterando las fronteras entre lo público y lo privado, entre lo íntimo y lo colectivo, entre lo real y lo virtual. Para las nuevas generaciones, conocidas como nativos digitales, les

es normal el haber crecido en un entorno mediado por pantallas, puesto que, la identidad ya no se constituye exclusivamente en la interacción cara a cara, sino en el entramado complejo de relaciones digitales donde la presencia, el reconocimiento y el afecto se miden en términos de visibilidad.

Este nuevo escenario ha producido una figura antropológica inédita: el Homo Digitalis. Siguiendo la propuesta inicial de Betty Martínez Ojeda (2006), este concepto designa al ser humano que vive y se constituye dentro de un espacio geográfico, una “región sociocultural” donde la comunicación se libera de la materialidad del cuerpo y se articula en códigos, imágenes y datos (p.7). En el siglo XXI, en los digitales representa el paso del espectador mediático al usuario conectado: ya no se limita a recibir información, sino que la genera, la comparte y la transforma en un flujo continuo de significados.

Sin embargo, esta aparente expansión de la libertad se encuentra atravesada por una paradoja. El sujeto digital, que parece dueño de su expresión, está inmerso en redes de vigilancia algorítmica y en dinámicas de exposición permanente. La visibilidad, que promete reconocimiento, deviene forma de control; la comunicación, que promete comunidad, deriva en ruido y fragmentación (Han, 2014). La consecuencia es una reconfiguración profunda de la subjetividad, especialmente entre los jóvenes, quienes experimentan simultáneamente la euforia de la conexión y la ansiedad de la hiper exposición.

Desde la ética, el problema consiste en comprender cómo la mediación tecnológica altera la noción de responsabilidad y la capacidad deliberativa del individuo. Desde la perspectiva legal, el reto es determinar si la estructura normativa moderna -basada en el sujeto racional y autónomo- es suficiente para proteger la identidad y la dignidad del individuo en la esfera. El presente trabajo articula ambas dimensiones: examina el surgimiento histórico del Homo Digitalis, analiza los procesos de subjetivación en los entornos digitales juveniles y propone una reconstrucción del vínculo entre ética y derecho a partir de la noción de reconocimiento digital.

GENEALOGÍA DEL HOMO DIGITALIS: DE LA PALABRA AL ALGORITMO

Comprender la figura del Homo Digitalis exige situarla dentro de una genealogía crítica de los medios que, a lo largo de la historia, han reconfigurado la experiencia humana, la forma de conocer y la constitución de la subjetividad. La evolución del lenguaje hacia la imagen y posteriormente hacia el código algorítmico no constituye una simple transición tecnológica, sino un desplazamiento epistemológico y ontológico de gran magnitud. Giovanni Sartori (1997) advirtió tempranamente este giro en Homo videns, donde señalaba que la hegemonía de la imagen televisiva había erosionado el predominio del homo sapiens, es decir, del sujeto que piensa conceptos y elabora abstracciones. Para Sartori, la televisión transformó al individuo en un sujeto visual cuya capacidad crítica se debilitaba al depender de estímulos perceptivos inmediatos. Así, el homo videns no pensaba lo que veía, sino que veía lo que se le permitía pensar, marcando una crisis del logos que anunciaba la reconfiguración del espacio público y de la racionalidad misma.

La crítica de Sartori, aunque dirigida originalmente al medio televisivo, se revela hoy profética ante el advenimiento de lo digital. Lo que en los años noventa aparecía como una mutación preocupante se ha profundizado de forma exponencial en el entorno actual, donde la palabra escrita se ve desplazada por flujos veloces de imágenes, videos breves y mensajes fragmentados que constituyen el lenguaje dominante de las redes sociales. A diferencia de los medios tradicionales, las plataformas digitales no solo transmiten información: la modulan, la jerarquizan y la recombinan en función de lógicas algorítmicas que operan como nuevos dispositivos de poder. El resultado es que la atención, la percepción y la subjetividad del individuo quedan inscritas en un régimen de estímulos efímeros que compiten entre sí por captar su tiempo, su deseo y su comportamiento.

En este sentido, el Homo Digitalis amplifica y complejiza la mutación descrita por Sartori porque ya no es únicamente un espectador que recibe imágenes, sino un productor constante de ellas. En la era digital,

la identidad no se limita a ser representada: debe ser puesta en escena, actualizada y monitoreada en tiempo real. El yo se convierte en un proyecto de visibilidad permanente que se construye en la interfaz, donde la experiencia adquiere valor en la medida en que se registra y se publica. Byung-Chul Han (2014) sostiene que vivimos en “la sociedad de la transparencia”, un régimen donde el ser se confunde con el mostrar y donde la exposición sustituye la interioridad reflexiva (p. 23). Bajo esta lógica, el principio cartesiano “pienso, luego existo” parece haber sido reemplazado por una premisa más acorde con la cultura contemporánea: “soy visible, luego existo”. La existencia queda así condicionada por la capacidad de aparecer en el espacio digital y por la aprobación que dicha aparición produce.

Este giro no implica solamente una transformación en las formas de comunicación, sino una reconfiguración de la estructura ontológica del sujeto. Luciano Floridi (2014) denomina infosfera al ecosistema informacional en el que se entrelazan lo físico, lo digital y lo simbólico, produciendo un entorno donde la distinción entre real y virtual se vuelve cada vez más difusa. En este contexto, los individuos se convierten en “organismos informacionales” o inforgs, entidades cuya existencia se compone de datos, códigos y metadatos además de su corporeidad biológica (p. 43). La identidad ya no se limita al cuerpo físico ni a la conciencia interior, sino que incluye la huella digital, los perfiles algorítmicos y las representaciones que el propio individuo y las plataformas construyen sobre él. Así, la subjetividad contemporánea emerge como un fenómeno híbrido e interconectado, donde el yo se distribuye en múltiples capas de información que coexisten dentro y fuera del cuerpo.

El Homo Digitalis, en tanto sujeto datificado, vive inmerso en un proceso continuo en el que cada acción —clic, búsqueda, desplazamiento, reacción o silencio— se convierte en información interpretable por sistemas automatizados. Esta lógica de datificación convierte la vida en materia prima para la economía digital. Shoshana Zuboff (2019) denomina a esta estructura de explotación capitalismo de la vigilancia, un modelo económico basado en la captura sistemática de comportamientos humanos

y en la generación de lo que ella llama excedente conductual, es decir, información que puede predecir, influir y, en última instancia, modificar las acciones futuras de los individuos. En este marco, el sujeto digital no solo participa en la red, sino que es incorporado como parte esencial de su infraestructura económica. La vida cotidiana se convierte, sin consentimiento real, en un recurso explotable cuyo valor depende de su capacidad para ser rastreado, analizado y monetizado.

Al mismo tiempo, esta condición datificada redefine los procesos de subjetivación. Michel Foucault (1988) concibió la subjetivación como un proceso mediante el cual el individuo se constituye en la intersección entre las tecnologías del poder y las prácticas de libertad. En la era digital, las tecnologías del poder ya no operan principalmente mediante instituciones disciplinarias visibles, sino a través de plataformas, interfaces y algoritmos que modulan el comportamiento mediante mecanismos sutiles de recompensa y sanción. Los *likes*, los comentarios, la visibilidad o invisibilidad en los *feeds* y las dinámicas de viralización se convierten en herramientas que moldean la conducta al generar deseos, expectativas y temores. El sujeto termina produciéndose a sí mismo según las normas implícitas del entorno digital, que premia la exposición constante, la eficiencia emocional y la capacidad de generar atención. Han (2017) denomina este fenómeno “autoexplotación”, pues el individuo, convencido de que actúa en nombre de su libertad, trabaja incesantemente para sostener su presencia digital, contribuyendo a su propia subordinación.

Esta genealogía revela un desplazamiento del poder disciplinario hacia un poder psico político, donde ya no es necesario imponer obediencia mediante la fuerza o la prohibición. Basta con generar el deseo de ser visto, de pertenecer, de participar, de actualizar la identidad en tiempo real. La lógica psicopolítica opera en la interioridad del sujeto, colonizando su atención, su deseo y su imaginación. La moralidad digital se configura así sobre la base de la visibilidad y del rendimiento, generando una subjetividad ambivalente: emancipada y vigilada, creativa y dependiente, libre en apariencia, pero programada por dinámicas invisibles que orientan su conducta.

En suma, la genealogía del Homo Digitalis muestra que la digitalización no es solo un cambio tecnológico, sino una mutación en la forma de ser-en-el-mundo. Del logos a la imagen y de la imagen al algoritmo, cada transformación ha redefinido qué significa ser humano, cómo se construye la identidad y cómo se ejerce la autonomía en un ecosistema donde el poder opera a través de la información. El Homo Digitalis es, en última instancia, el resultado de una larga historia de mediaciones que han desplazado la reflexión hacia la performatividad, la interioridad hacia la exposición y la autonomía hacia la modulación algorítmica.

SUBJETIVIDAD DIGITAL Y JUVENTUD CONTEMPORÁNEA

La emergencia del Homo Digitalis se manifiesta con mayor intensidad en la experiencia juvenil, no únicamente porque los jóvenes utilicen con mayor frecuencia herramientas tecnológicas, sino porque su subjetividad ha sido moldeada desde la infancia en un ecosistema digital que estructura sus formas de pensar, sentir e interpretar el mundo. Las generaciones nacidas en las últimas dos décadas no experimentan la tecnología como un objeto externo o una herramienta instrumental, sino como el medio natural de su socialización, su principal entorno simbólico y el espacio primario donde se configuran sus referencias afectivas y cognitivas. Desde edades tempranas, la vida en línea no solo complementa la vida física: la redefine. Como señala Sibilia (2008), la cultura digital ha generado una subjetividad construida como puesta en escena continua, en la cual la intimidad se exterioriza y se convierte en contenido consumible, mientras que la autenticidad se mide por su capacidad de ser observada y validada públicamente (p. 34). En este nuevo paradigma, la interioridad cede paso a una identidad performativa que existe en tanto es visible para otros.

Este desplazamiento provoca una reconfiguración profunda del yo juvenil, que deja de concebirse como un núcleo estable y reflexivo para pensarse como una superficie múltiple que se adapta a las plataformas que habita. Las redes sociales fragmentan la subjetividad en perfiles, imágenes, historias efímeras y narrativas discontinuas, cada una some-

tida a la evaluación constante de una audiencia difusa pero omnipresente. Este entorno genera una economía del reconocimiento basada en métricas: likes, comentarios, seguidores y reproducciones, indicadores que operan como formas contemporáneas de valoración social. Lo que antes se entendía como virtud, carácter o reputación, ahora se traduce en índices de visibilidad. La identidad, por tanto, no se construye en el tiempo a través de la coherencia de la vida, sino en la inmediatez a través del impacto de una publicación. Esta lógica convierte el reconocimiento en una necesidad biopolítica que condiciona la estabilidad emocional y cognitiva de los jóvenes.

Sin embargo, esta economía del reconocimiento trae consigo una vulnerabilidad inédita. Turkle (2011) advierte que las tecnologías de conexión, lejos de fortalecer los vínculos, generan una forma de aislamiento paradójico: “estamos juntos, pero solos” (p. 14). Las interacciones digitales multiplican el contacto superficial, pero debilitan la profundidad relacional, al convertir las conversaciones en intercambios de validación y no en espacios de intimidad. La búsqueda incesante de aprobación provoca ansiedad, dependencia emocional y una autoestima volátil, que fluctúa en función del algoritmo. En este escenario, la identidad se vuelve frágil, pues depende de la mirada ajena y se sostiene en un equilibrio precario afectado por dinámicas de comparación, idealización y expectativa. Para muchos jóvenes, el yo deja de ser una construcción interna y se transforma en una tarea interminable de presentación pública.

La subjetividad juvenil en la cultura digital implica habitar un espacio simultáneamente emancipador y opresivo. Internet ofrece posibilidades inéditas de exploración identitaria, circulación de saberes, expresión creativa y participación política. El joven digital puede adoptar múltiples roles, experimentar diversas narrativas de sí, construir comunidades y acceder a información sin barreras geográficas. Pero esta libertad se ve tensionada por la lógica de exposición y vigilancia que estructura las plataformas. Bauman (2012) señala que la modernidad líquida ha disuelto las formas estables de pertenencia, sustituyéndolas por vínculos transitorios y consumibles. En el entorno digital, esta liquidez se intensifica:

las relaciones pueden iniciarse y terminarse con un clic; la comunidad se transforma en audiencia; la intimidad se convierte en rendimiento; y la pertenencia depende de la capacidad de sostener la visibilidad. En un mundo donde todo se comunica, pero poco se comparte, la sobreinformación produce desinformación y el exceso de conexión genera aislamiento emocional.

La subjetividad digital también transforma la relación temporal del individuo con la experiencia. La lógica de la inmediatez, impulsada por plataformas que privilegian lo efímero —publicaciones de 24 horas, videos de segundos, notificaciones instantáneas— produce una temporalidad acelerada que dificulta el pensamiento reflexivo. La espera, la paciencia y la contemplación se vuelven obsoletas en una cultura orientada a la gratificación instantánea. Stiegler (2016) advierte que esta aceleración tecnológica conduce a una “proletarización de la atención”, es decir, a una pérdida de la capacidad de concentración que impide la elaboración crítica de la experiencia. El joven digital vive en un presente perpetuo, absorbido por un flujo constante de estímulos que sustituyen la reflexión por la reacción y que fragmentan la continuidad narrativa necesaria para la formación de la identidad moral.

En este contexto, la identidad se convierte en una práctica performativa. Siguiendo a Butler (1990), que describe el género como un acto reiterado que produce la ilusión de estabilidad, la identidad digital también se construye mediante actos repetidos: publicaciones, fotografías, comentarios, participaciones en comunidades, reacciones digitales. Cada interacción contribuye a la construcción del yo, no como esencia sino como performance. Esta performatividad puede ser liberadora al permitir jugar con identidades múltiples, pero también impone un imperativo de coherencia estética y moral: el usuario debe sostener una narrativa de sí misma aceptable para su comunidad digital, pues de ello depende su legitimidad social. En este entorno, la autenticidad se convierte en estrategia y la sinceridad en un recurso de posicionamiento simbólico.

Han (2017) profundiza esta tensión al afirmar que la sociedad contemporánea ha reemplazado la coerción externa por la autoexplotación interna. El sujeto neoliberal se convierte en empresario de sí mismo, administrando su imagen, su tiempo y su emocionalidad para maximizar su rendimiento simbólico. En las redes sociales, esta autoexplotación se materializa en la necesidad constante de producir contenido, actualizar la presencia, mantenerse visible y participar en tendencias. La vida se convierte en espectáculo y el yo digital en una marca que debe gestionarse de manera competitiva. Este fenómeno configura una nueva forma de esclavitud voluntaria, donde el esfuerzo emocional, cognitivo y creativo se presenta como una elección libre cuando en realidad responde a las demandas invisibles del entorno digital.

Desde una perspectiva foucaultiana, el poder ya no se ejerce predominantemente mediante la prohibición, sino mediante la producción de subjetividad. Los algoritmos se convierten en dispositivos contemporáneos de poder que orientan la atención, modulan el deseo y delimitan el horizonte de lo posible. En lugar de censurar, incitan; en lugar de prohibir, producen; en lugar de reprimir, moldean. El Homo Digitalis habita un panóptico algorítmico en el que la vigilancia ya no proviene de un vigilante visible, sino se interioriza en la búsqueda de aprobación. La libertad se redefine como la capacidad de elegir entre opciones prescritas por la arquitectura de la plataforma.

La subjetividad digital, por tanto, no es una simple adaptación del sujeto moderno a un nuevo medio comunicativo, sino una mutación estructural de la experiencia de sí. Donde antes existía un individuo introspectivo que construía su identidad en diálogo con su interioridad, hoy emerge un sujeto extrovertido cuyo yo depende de la visibilidad social. La moralidad se redefine: la responsabilidad se diluye en la velocidad del flujo digital; la culpa se reemplaza por la cancelación colectiva; la coherencia moral se disuelve en la fragmentación del yo. Como señala Ricoeur (1992), la identidad ética requiere una narrativa coherente que articule actos, intenciones y memoria. El sujeto digital carece de este hilo conductor porque su identidad se externaliza en imágenes, se disemina

en publicaciones y se fragmenta en múltiples perfiles. Esto genera una crisis de interioridad que deriva en una crisis de moralidad y, finalmente, en una nueva forma de vulnerabilidad existencial.

ÉTICA DEL HOMO DIGITALIS: PERFORMATIVIDAD, AFECTIVIDAD Y RESPONSABILIDAD

La transformación de la subjetividad en la era digital no solo produce nuevas formas de identidad y modos de relación social, sino que también plantea desafíos éticos profundos. El Homo Digitalis, en tanto sujeto interconectado, expuesto y moldeado por la lógica algorítmica, se encuentra en tensión permanente entre la autonomía que proclama y la vulnerabilidad que lo condiciona. La ética digital, lejos de limitarse al comportamiento en línea o a las normas de convivencia en redes, implica repensar las categorías fundamentales de la filosofía moral —libertad, responsabilidad, dignidad, agencia— desde un entorno en el que el yo está atravesado por dinámicas invisibles de vigilancia, comercialización y modulación de la conducta. Esto exige comprender la vida digital como un espacio donde convergen tecnologías del poder, arquitecturas de decisión y economías del deseo, configurando un sujeto que vive simultáneamente su emancipación y su dependencia.

En primer lugar, la cuestión ética central para el Homo Digitalis gira en torno a la autonomía. Tradicionalmente, la autonomía moral se ha entendido como la capacidad del individuo para actuar conforme a principios racionales que él mismo se da. Kant la definió como la facultad de conducirse de acuerdo con leyes que la propia razón reconoce como universales. Sin embargo, en el entorno digital la autonomía se encuentra profundamente comprometida por la arquitectura misma de las plataformas. Estas no solo facilitan la expresión del usuario, sino que orientan sus decisiones mediante algoritmos que priorizan ciertos contenidos, amplifican emociones específicas y modelan la interacción. Así, el sujeto cree elegir libremente cuando, en realidad, su elección ha sido preconfigurada por mecanismos de personalización que responden a intereses comerciales. Esta situación genera una autonomía ilusoria, una

“libertad domesticada” que opera dentro de los límites fijados por el diseño algorítmico. Como advierte Floridi (2013), la libertad en la infosfera se vuelve relacional, dependiente de un entorno que no controlamos y cuya lógica muchas veces desconocemos.

En segundo lugar, la responsabilidad ética adquiere un carácter ambiguo en la era digital. La multiplicación de interacciones, la facilidad del anonimato y la fragmentación de la identidad generan un terreno donde las acciones pierden continuidad y las consecuencias se disipan. El sujeto digital puede afectar a miles de personas con una publicación, un comentario o una imagen, sin que esto se traduzca en una conciencia clara de responsabilidad. Además, la difusión acelerada de información dificulta la atribución de culpa, pues la agencia se dispersa entre usuarios, plataformas, algoritmos y dinámicas virales. Jonas (1995) ya advertía que la técnica moderna amplía el radio de acción del sujeto más allá de su capacidad de previsión moral. En el caso del Homo Digitalis, la capacidad de daño —emocional, simbólico o reputacional— se amplifica mientras la percepción del riesgo se debilita. Esto produce una ética atenuada en la que el individuo se acostumbra a actuar sin considerar los efectos de sus acciones.

Por otra parte, la dignidad humana enfrenta nuevos desafíos en el entorno digital, donde la persona corre el riesgo de reducirse a datos, perfiles o métricas. La mercantilización de la identidad —a través de la datificación— convierte aspectos fundamentales de la vida en recursos explotables. Como explica Zuboff (2019), el capitalismo de vigilancia transforma el comportamiento humano en materia prima, usando al sujeto no solo como consumidor, sino como fuente de información susceptible de ser analizada, vendida y manipulada. Este proceso no solo vulnera la privacidad, sino que erosiona la dignidad al despojar al individuo de su derecho a definir su propia representación y a controlar los usos de su información. La dignidad digital exige reconocer la identidad informacional como parte integral de la persona y protegerla frente a mecanismos de explotación que operan de manera silenciosa y persistente.

Asimismo, la ética digital debe considerar la alfabetización emocional del sujeto. Han (2012) advierte que la sociedad contemporánea está marcada por la hipercomunicación y la hiperexposición, condiciones que generan un agotamiento emocional y una pérdida de la capacidad de contemplación. El Homo Digitalis vive inmerso en un flujo constante de estímulos que exigen reacciones rápidas, generando una emocionalidad volátil. La exposición permanente a juicios externos, la comparación constante y la presión por mantener una imagen positiva generan ansiedad, estrés y crisis de autoestima, especialmente entre los jóvenes. La ética del cuidado —propuesta por autoras como Noddings— adquiere aquí un lugar central: cuidar la atención, cuidar la emocionalidad, cuidar la identidad digital, y cuidar al otro en un espacio que tiende a deshumanizar la interacción.

Otro componente fundamental es la ética de la autenticidad. En las redes sociales, la identidad se convierte en una narrativa estratégica, cuidadosamente construida para obtener reconocimiento. Esta construcción, aunque en principio permite la expresión libre y creativa, también genera un imperativo de rendimiento que obliga a mantener una imagen coherente, deseable y emocionalmente rentable. La autenticidad se vuelve un proyecto a gestionar.

Como señala Taylor (1992), la autenticidad requiere coherencia interna, compromiso con valores significativos y una construcción moral del yo. Sin embargo, la identidad digital opera bajo lógicas distintas: es reactiva, fragmentada y orientada al mercado de la atención. Esto plantea la pregunta de si la autenticidad es posible en un entorno diseñado para la comparación constante y la representación instrumental del yo.

En este sentido, la vulnerabilidad algorítmica del Homo Digitalis se convierte en un eje ético de primer orden. El individuo depende de sistemas que desconoce, que operan según reglas no transparentes y que pueden determinar su acceso a información, oportunidades laborales, reconocimiento social y hasta sus relaciones afectivas. Los algoritmos pueden reproducir sesgos, discriminar, amplificar discursos de odio o manipular

emocionalmente a los usuarios. La vulnerabilidad no es solo técnica: es moral. El sujeto está expuesto a fuerzas que moldean sus decisiones sin que él pueda deliberar sobre ellas. La ética digital exige entonces promover la transparencia algorítmica, el derecho a la explicabilidad y la garantía de que los sistemas automatizados respeten los derechos humanos.

Por último, es necesario reconocer que la ética del Homo Digitalis debe ser una ética relacional. Vallor (2016) explica que la virtud en la era tecnológica no se basa únicamente en decisiones individuales, sino en prácticas colectivas que fortalecen la convivencia en entornos mediadores. La responsabilidad digital es, en este sentido, compartida: plataformas, usuarios, instituciones, desarrolladores y legisladores deben participar en la construcción de un ecosistema informacional que promueva el respeto, la justicia y el bienestar. La ética digital no puede reducirse a códigos de conducta; requiere marcos normativos, arquitecturas tecnológicas basadas en principios de equidad y políticas públicas que garanticen la dignidad humana en la esfera digital.

En conjunto, la ética del Homo Digitalis revela un sujeto atrapado entre dos polos: la autonomía como promesa y la vulnerabilidad como condición estructural. La tarea ética de nuestro tiempo consiste en fortalecer la agencia del individuo en un entorno que tiende a diluirla, proteger su dignidad frente a la lógica extractiva del capitalismo digital y promover una cultura de responsabilidad compartida que permita construir espacios digitales justos, humanos y habitables.

REDES SOCIALES, CUERPOS Y NUEVAS FORMAS DE EXPLOTACIÓN DIGITAL

La vida digital, aunque se presenta bajo la apariencia de libertad, creatividad y participación ciudadana, está íntimamente atravesada por nuevas estructuras de explotación que actúan de manera silenciosa, afectiva y algorítmica. Las redes sociales constituyen uno de los escenarios principales en los que se despliega esta explotación, pues funcionan mediante arquitecturas de diseño que convierten la experiencia humana

—emociones, deseos, hábitos, relaciones, discursos— en un recurso susceptible de ser capturado, procesado, vendido y utilizado para orientar la conducta. El modelo económico que sustenta estas plataformas no se basa en la producción de bienes materiales, sino en lo que Zuboff (2019) denomina capitalismo de la vigilancia: un sistema donde el objeto de extracción ya no es la fuerza física del trabajador, sino la vida misma en su dimensión cotidiana. En este régimen, cada gesto realizado frente a la pantalla —un desplazamiento del dedo, una pausa mínima ante una publicación, un audio reproducido, un mensaje reenviado— se transforma en un dato que alimenta modelos estadísticos capaces de predecir comportamientos futuros con una precisión cada vez mayor. De esta manera, el usuario deja de ser un agente soberano para convertirse en materia prima de un sistema que captura su atención, explota su vulnerabilidad emocional y monetiza su intimidad sin necesidad de coerción explícita.

El algoritmo opera como un nuevo dispositivo de poder, cuya eficacia radica precisamente en su invisibilidad. A diferencia de los mecanismos disciplinarios descritos por Foucault (1975), que requerían arquitectura y vigilancia explícita, el poder algorítmico circula de forma difusa, modulando a los sujetos sin que estos perciban la intervención. El panóptico digital no necesita un vigilante central, porque ha logrado interiorizarse como hábito: el usuario se autoobserva, se autorregula y se autoexhibe en función de expectativas algorítmicas que desconoce pero a las que responde compulsivamente. Han (2014) advierte que la sociedad de la transparencia ha convertido la exposición en un mandato moral, donde mostrarlo todo equivale a ser auténtico, cuando en realidad constituye un mecanismo sofisticado de control. La transparencia, que en teoría promueve la libertad, encubre una relación de dominación en la que los sujetos se entregan voluntariamente a una vigilancia que ya no corre a cargo del Estado, sino de corporaciones privadas que gestionan el deseo y administran la percepción. Así, la aparente autonomía del usuario queda atrapada en una red de condicionamientos afectivos que orientan su conducta hacia los fines de la plataforma.

La explotación digital adquiere una dimensión especialmente aguda en la población juvenil, que participa en las redes con una intensidad emocional, estética y temporal superior a la de generaciones anteriores. La juventud constituye el principal motor económico de las plataformas: aporta la mayor cantidad de datos, genera contenido visual altamente monetizable y se involucra en dinámicas afectivas que las plataformas reconocen como estratégicas para retener su atención. La frontera entre vida privada y vida pública se vuelve casi inexistente, pues la noción de intimidad se redefine de acuerdo con reglas algorítmicas que premian la exposición y penalizan el silencio digital. En este sentido, Turkle (2011) advierte que la hiperconexión genera una fragilidad emocional que vuelve a los jóvenes especialmente susceptibles a fenómenos de manipulación, pues buscan en las interacciones digitales la validación y el sentido de pertenencia que antes encontraban en vínculos estables. La estructura de recompensas de las redes —likes, comentarios, reacciones— activa mecanismos neurobiológicos asociados al placer inmediato, reforzando patrones de dependencia que convierten la experiencia digital en un circuito de ansiedad, alivio y repetición. Esta condición facilita prácticas de explotación como el grooming, el sexting coercitivo, el acoso digital, la manipulación política microdirigida y la explotación simbólica vinculada al fenómeno de los influencers.

Contrariamente a la creencia común de que la digitalización desmaterializa el cuerpo, lo cierto es que lo intensifica como objeto de regulación, control y mercancía. El cuerpo digital no desaparece: se reconfigura como superficie estética y como capital visual. La cultura de la imagen, amplificada por algoritmos que privilegian ciertos cuerpos, gestos, tonos de piel y estéticas hegemónicas, da lugar a nuevas formas de normatividad corporal que afectan con especial intensidad a las mujeres jóvenes. Butler (1993) mostró que el cuerpo siempre es producido dentro de marcos normativos; en el entorno digital, estos marcos son dictados por algoritmos que maximizan la visibilidad de contenidos que generan mayor interacción, lo cual incluye cuerpos sexualizados, idealizados o modificados mediante filtros. La proliferación de aplicaciones que alteran rasgos físicos —adelgazando, blanqueando, agrandando ojos,

reduciendo poros— crea un estándar corporal imposible que genera frustración, autoexigencia y autodesprecio. El cuerpo, en este contexto, se convierte simultáneamente en producto, escaparate y aspiración, una mercancía emocional que produce capital simbólico y económico para las plataformas.

La explotación digital se extiende también al ámbito laboral, donde las redes sociales han generado nuevas formas de trabajo que no siempre están reconocidas como tales. Miles de jóvenes participan como creadores de contenido —influencers, streamers, editores de videos, gestores de comunidades— sin que exista una estructura legal que garantice sus derechos laborales. La economía del creador opera sobre la ilusión de libertad emprendedora, pero encubre relaciones de explotación basadas en la desprotección contractual, la ausencia de seguridad social, la opacidad de los algoritmos y la incertidumbre económica. Braidotti (2013) identifica este fenómeno como parte del post humanismo neoliberal, donde el cuerpo y la identidad se convierten en elementos integrados en flujos económicos que tratan a los individuos como nodos prescindibles en redes de consumo. Los jóvenes son simultáneamente productores y productos: generan valor para las plataformas y, a la vez, se convierten en mercancías cuya identidad es moldeada según la demanda del mercado digital.

Esta explotación no puede entenderse únicamente en términos económicos, pues opera sobre dimensiones simbólicas, afectivas y corporales que transforman la manera en que los jóvenes comprenden su valor, su autonomía y su dignidad. La explotación algorítmica se interioriza en la subjetividad, instaurando una forma de servidumbre voluntaria donde el sujeto coopera activamente en su propia subordinación. La lógica del rendimiento, de la visibilidad y de la autoexigencia produce una subjetividad agotada, hiperproductiva y vulnerable, atrapada en una dinámica de exposición permanente que dificulta cualquier resistencia. El Homo Digitalis se encuentra así en un terreno donde los límites entre libertad y explotación, entre creatividad y servidumbre, entre autonomía y manipulación, se vuelven cada vez más borrosos.

Frente a este panorama, la comprensión crítica de las nuevas formas de explotación digital se vuelve indispensable para la construcción de un marco ético-jurídico que reconozca la dignidad del sujeto, proteja su identidad informacional y limite el poder creciente de las plataformas tecnológicas. Sin esta mirada integral, la explotación digital continuará operando bajo la apariencia de libertad, mientras profundiza la vulnerabilidad de aquellos — especialmente jóvenes— que constituyen los cimientos invisibles de la economía de los datos.

DIMENSIÓN JURÍDICA DEL HOMO DIGITALIS

La revolución digital ha puesto en crisis los fundamentos del derecho moderno, construido sobre una concepción del sujeto autónomo, racional e indivisible. En la era algorítmica, la identidad del individuo se distribuye entre múltiples representaciones digitales —perfiles, avatares, huellas de datos, historiales de navegación— que, si bien pertenecen a la misma persona, poseen existencia propia dentro de la lógica de la red. Floridi (2014) argumenta que la identidad informacional no es un añadido secundario, sino una dimensión constitutiva de la persona: lo que hacemos en la red, lo que publicamos, lo que se registra de nosotros, forma parte integral de nuestro ser. En este sentido, dañar la identidad digital equivale a vulnerar la dignidad humana.

No obstante, el derecho tradicional no ha logrado adaptarse plenamente a esta transformación. La legislación sobre datos personales se centra en la protección de información, pero no reconoce jurídicamente la subjetividad digital como parte esencial del individuo. Instrumentos como el Reglamento General de Protección de Datos en Europa o la Ley Federal de Protección de Datos Personales en México aportan herramientas importantes, pero insuficientes para abarcar la complejidad de la identidad, la autonomía y la agencia en la infósfera. Los datos están protegidos; el sujeto digital, no. Esta brecha genera un vacío de justicia que deja al Homo Digitalis en una situación de desprotección estructural frente al poder de las plataformas tecnológicas.

Para atender esta crisis, en los últimos años han surgido propuestas de derechos emergentes orientados a garantizar la dignidad en el entorno digital. Entre ellos destacan el derecho a la identidad digital, el derecho al olvido, el derecho a la desconexión y la idea incipiente de neutralidad algorítmica. El derecho a la identidad digital busca reconocer jurídicamente la posibilidad de controlar la representación de uno mismo en entornos digitales, evitar la suplantación y asegurar la autenticidad de las interacciones. El derecho al olvido, reconocido desde 2014 por el Tribunal de Justicia de la Unión Europea, intenta corregir la asimetría entre la perdurabilidad de las huellas digitales y la posibilidad humana de reinventarse, otorgando al individuo cierto control sobre la memoria algorítmica. El derecho a la desconexión, implementado en Francia desde 2017, reconoce la necesidad de límites al trabajo en un mundo hiperconectado. Finalmente, la neutralidad algorítmica busca frenar los sesgos que reproducen discriminación en sistemas automatizados.

La atribución de responsabilidad en entornos digitales constituye otro desafío conceptual profundo. Tradicionalmente, la responsabilidad jurídica se asigna a individuos humanos con capacidad de comprender y dirigir sus actos. Sin embargo, en la era algorítmica, muchas decisiones que afectan derechos fundamentales —desde la moderación de contenido hasta la concesión de créditos o la vigilancia policial predictiva— son tomadas por sistemas automatizados.

Coeckelbergh (2021) propone la noción de responsabilidad distribuida para explicar estas situaciones: la acción no pertenece exclusivamente al programador, ni a la plataforma, ni al usuario, sino al conjunto de actores humanos y no humanos que intervienen en la operación del sistema. Esta perspectiva no elimina la necesidad de responsabilidad individual, pero la inscribe en una red compleja donde las fronteras entre agente y herramienta se vuelven difusas.

En el caso de los jóvenes, la dimensión jurídica debe contemplar una protección reforzada. La vulnerabilidad digital no se limita a la falta de información, sino que se extiende a la capacidad limitada de discerni-

miento frente a dinámicas algorítmicas que explotan emocionalidad y dependencia. De ahí que organismos internacionales como la UNESCO (2021) insistan en la necesidad de marcos éticos que garanticen transparencia, justicia y control humano significativo sobre sistemas automatizados. Esta protección debe ser vista no como paternalismo, sino como garantía de desarrollo de capacidades para habitar la infosfera de manera libre y consciente.

La relación entre derecho y tecnología exige superar el paradigma antropocéntrico del sujeto aislado. El Homo Digitalis es un ser relacional cuya dignidad se expresa en la conexión. Esto significa que la protección jurídica debe abarcar no solo al individuo, sino también al ecosistema informacional que habita. Así como el derecho ambiental reconoce que la protección del medio ambiente equivale a proteger la vida humana, el derecho digital debe reconocer que preservar la integridad de la infosfera es condición necesaria para la justicia en la era algorítmica.

HACIA UNA ÉTICA-JURÍDICA DEL RECONOCIMIENTO ALGORÍTMICO

La complejidad de la vida digital exige un marco conceptual que articule simultáneamente las dimensiones éticas y jurídicas de la existencia. En la era algorítmica, las categorías tradicionales de la moral y del derecho resultan insuficientes, no porque hayan perdido validez, sino porque requieren una relectura a la luz de un entorno donde la identidad, la autonomía y la agencia se encuentran profundamente transformadas. La noción de Homo Digitalis no es solamente la descripción de un individuo conectado, sino la expresión de un sujeto constituido dentro de un sistema tecnocultural que produce formas inéditas de vulnerabilidad. Por ello, el desafío central consiste en desarrollar una ética-jurídica que reconozca al sujeto digital en su complejidad, que responda a la mutación antropológica que atraviesan las sociedades contemporáneas, especialmente en el ámbito juvenil.

Para construir esta ética-jurídica resulta imprescindible retomar el concepto de reconocimiento. Axel Honneth (1995) ha mostrado que la justicia depende de la posibilidad de que los individuos sean reconocidos en su dignidad, en su autonomía y en su particularidad. En el entorno digital, este reconocimiento se vuelve más complejo porque la identidad está distribuida en múltiples capas: el cuerpo físico, la imagen virtual, los datos personales, la narrativa en redes y la huella algorítmica. El reconocimiento debe abarcar entonces todas estas dimensiones, pues cada una forma parte constitutiva del ser humano contemporáneo. Negar la importancia de la identidad informacional sería desconocer la estructura ontológica del Homo Digitalis, reduciendo el reconocimiento a una visión incompleta del sujeto.

Sobre esta base proponemos comprender el reconocimiento algorítmico como un enfoque que reconoce tres necesidades fundamentales del sujeto digital: la transparencia, la reciprocidad y la corresponsabilidad. La transparencia se refiere a la necesidad de comprender los sistemas que afectan la vida del individuo. En un entorno donde los algoritmos deciden qué vemos, qué compramos, a quién escuchamos e incluso con quién nos relacionamos, la opacidad tecnológica constituye un riesgo para la autonomía. La ausencia de transparencia coloca al sujeto en una posición de vulnerabilidad estructural, porque desconoce los criterios que moldean su experiencia. Por ello, defender la transparencia algorítmica no es simplemente una exigencia técnica, sino un requisito de dignidad humana.

La reciprocidad digital implica el derecho del individuo a controlar los usos de su información, así como la obligación de las plataformas de respetar su autonomía informacional. En la era de la datificación masiva, el individuo pierde progresivamente la capacidad de regular lo que otros saben de él. El reconocimiento algorítmico exige devolver al sujeto el control sobre su narrativa digital, permitiéndole decidir qué información compartir, cómo ser representado y cómo gestionar su reputación en línea. Floridi (2014) ha insistido en que la identidad digital es parte ontológica del sujeto; controlarla es condición para el ejercicio de la libertad.

Finalmente, la corresponsabilidad ética plantea que la vida digital no puede comprenderse bajo la lógica de responsabilidades individuales aisladas. Las tecnologías digitales interconectan a usuarios, plataformas, desarrolladores y algoritmos en un entramado complejo donde cada acción afecta al conjunto. De ahí que la responsabilidad digital deba concebirse como una responsabilidad distribuida, tal como ha señalado Coeckelbergh (2021), en la que todos los agentes —humanos y no humanos— participan en la producción de efectos. Esta corresponsabilidad implica asumir que la interacción digital no es un asunto privado, sino un acto que tiene repercusiones en el ecosistema informacional. La ética de la conexión se convierte así en una ética del cuidado del entorno digital.

El reconocimiento algorítmico, entendido como articulación entre transparencia, reciprocidad y corresponsabilidad, tiene importantes implicaciones jurídicas. En primer lugar, exige que el derecho reconozca explícitamente la identidad digital como dimensión protegida de la personalidad. Este reconocimiento no solo implicaría proteger los datos, sino salvaguardar la integridad del ser digital. En segundo lugar, demanda marcos legales que garanticen la auditabilidad y explicabilidad de los algoritmos. La opacidad no puede convertirse en un manto que legitime discriminación, manipulación o vulneración de derechos. Finalmente, requiere la institucionalización de mecanismos de corresponsabilidad que distribuyan las cargas éticas y legales entre plataformas, usuarios y desarrolladores, evitando que el sujeto individual cargue con la totalidad del peso moral y jurídico de actos que no controla plenamente.

Esta ética-jurídica no pretende sustituir los valores clásicos de la moral y del derecho, sino extenderlos. La dignidad, la justicia y la autonomía siguen siendo vigentes, pero deben interpretarse desde la lógica relacional del Homo Digitalis. La dignidad no puede limitarse al cuerpo físico, sino que debe abarcar las manifestaciones informacionales. La justicia no puede restringirse a las relaciones entre sujetos humanos, sino que debe considerar los efectos estructurales de los sistemas algorítmicos. La autonomía ya no puede entenderse como independencia absoluta,

sino como capacidad habilitada por la transparencia y mediada por la responsabilidad distribuida.

La ética-jurídica del reconocimiento algorítmico constituye, en consecuencia, una propuesta para restituir la dignidad del sujeto digital y para equilibrar las asimetrías de poder entre los individuos y las corporaciones tecnológicas. Al colocar la identidad informacional en el centro de la reflexión, este enfoque permite comprender que la protección del Homo Digitalis es condición necesaria para garantizar una vida justa y humana en la era de los algoritmos.

CONCLUSIONES

La transformación histórica que da lugar al Homo Digitalis no constituye únicamente un fenómeno vinculado al avance tecnológico, sino una mutación profunda en la condición humana, una reorganización de los marcos ontológicos, éticos y jurídicos que han sustentado la vida social desde la modernidad. Las tecnologías digitales, particularmente las redes sociales, han penetrado las estructuras más íntimas de la experiencia humana: la percepción, la afectividad, el reconocimiento, la memoria, la corporalidad y la agencia. A lo largo de este artículo se ha demostrado que la digitalización produce una forma inédita de subjetividad, cuya configuración está marcada por la hiperconectividad, la exposición constante, la vigilancia algorítmica, la performatividad identitaria y la datificación de la vida. No se trata de un cambio incremental, sino de un umbral antropológico que reordena la relación entre sujeto, tecnología y sociedad en dimensiones que la filosofía y el derecho apenas comienzan a comprender. En este contexto, el Homo Digitalis emerge como un sujeto híbrido, simultáneamente autónomo y controlado, emancipado y explotado, visible y vigilado, creativo y vulnerable. Este carácter ambivalente constituye la clave para interpretar la complejidad de la existencia contemporánea.

En primer lugar, el artículo ha mostrado que la subjetividad digital juvenil representa el laboratorio donde se manifiestan con mayor claridad los efectos de la digitalización. Los jóvenes no son meros

usuarios; son los primeros nativos de un ecosistema informacional que define su identidad desde edades tempranas. En ellos observamos cómo la interioridad se convierte en exterioridad, cómo la intimidad se vuelve contenido y cómo la necesidad de reconocimiento adopta la forma de un imperativo algorítmico. La economía de la atención, basada en métricas y recompensas instantáneas, reorganiza su mundo afectivo y cognitivo, produciendo identidades fragmentadas, narrativas discontinuas y vínculos debilitados. La performatividad, que en otros contextos podía ser fuente de resistencia o de experimentación identitaria, se transforma en una carga emocional sostenida que obliga a los jóvenes a gestionar constantemente una imagen digital que no siempre coincide con su experiencia vital. De este modo, la subjetividad juvenil se halla en el centro de una tensión estructural entre libertad y dependencia, entre creatividad y autoexplotación, entre comunidad y soledad.

En segundo lugar, el análisis ha permitido evidenciar que las redes sociales no son simplemente plataformas de comunicación o interacción, sino infraestructuras de poder que operan mediante dispositivos algorítmicos capaces de modular la conducta humana sin recurrir a mecanismos coercitivos visibles. Siguiendo a Zuboff (2019), se ha argumentado que nos encontramos ante la consolidación de un capitalismo de vigilancia en el que la experiencia humana es convertida en materia prima para la producción de predicciones y para el direccionamiento de la conducta. El algoritmo actúa como un panóptico interiorizado, sin necesidad de un vigilante central, porque la vigilancia se distribuye en cada gesto, cada búsqueda, cada desplazamiento, cada silencio. Esta dinámica genera una nueva forma de explotación que no opera sobre la fuerza laboral, sino sobre la subjetividad misma. El usuario —especialmente el joven— se convierte en un producto cuyo valor depende de su capacidad de generar interacciones medibles y emociones monetizables. La explotación deja de ser física y se vuelve afectiva; deja de manifestarse mediante la coacción y se despliega a través de la seducción, la gamificación del deseo y la producción estratégica de dependencia emocional.

En tercer lugar, el artículo ha demostrado que la digitalización redefine radicalmente la relación entre el cuerpo y la identidad. A pesar de los discursos que anuncian una supuesta “desmaterialización” en la era digital, la realidad es que el cuerpo adquiere un papel central como objeto de visibilidad, evaluación y consumo simbólico. Las plataformas moldean la percepción estética mediante algoritmos que priorizan ciertos cuerpos, estéticas y comportamientos, reforzando normatividades corporales que disciplinan a los jóvenes —en particular a las mujeres— de manera intensa. El cuerpo digital, sometido a filtros, ediciones y exigencias imposibles, se convierte en un espacio donde se inscriben los efectos más perniciosos de la explotación afectiva, la ansiedad social, la autoexigencia extrema y la mercantilización del deseo. En esta dimensión, la explotación digital no puede comprenderse sin reconocer su repercusión sobre la integridad emocional y corporal del Homo Digitalis.

En cuarto lugar, desde la perspectiva jurídica, el trabajo revela la insuficiencia de los marcos normativos tradicionales para abordar la complejidad de la experiencia digital. El derecho moderno fue construido para regular sujetos físicos, identificables, territoriales y autónomos, pero el Homo Digitalis posee identidades distribuidas en múltiples plataformas, habita simultáneamente espacios geográficos y virtuales, y es perfilado mediante algoritmos que operan más allá de su voluntad. Las categorías clásicas de privacidad, libertad, responsabilidad e identidad jurídica no capturan adecuadamente las formas contemporáneas de afectación. La privacidad, por ejemplo, ya no es solo aquello que el sujeto comparte, sino aquello que el sistema infiere; la autonomía ya no es una cuestión de voluntad individual, sino de condiciones estructurales que permitan deliberación informada; la responsabilidad ya no puede atribuirse únicamente al individuo, porque la causalidad se diluye entre sistemas automatizados, decisiones opacas y dinámicas de viralización. Además, la identidad jurídica debe expandirse para integrar la identidad informacional como elemento protegido de la personalidad, pues la integridad digital constituye hoy un componente esencial de la dignidad humana.

Con base en estos hallazgos, el artículo propone un marco ético-jurídico innovador: la ética del reconocimiento algorítmico, que integra los principios de transparencia, reciprocidad y corresponsabilidad como pilares de la protección del Homo Digitalis. Este enfoque sostiene que la dignidad humana depende de la capacidad del sujeto para comprender los sistemas que lo afectan, para participar en la construcción de su identidad informacional y para ser protegido frente a mecanismos de poder invisibles que pueden reducir su autonomía. La transparencia implica exigir explicabilidad de los sistemas algorítmicos, acceso a criterios de decisión y mecanismos de verificación independientes; la reciprocidad exige reconocer al individuo como agente activo en el ecosistema digital, capaz de decidir sobre su presencia, sus datos y sus representaciones; la corresponsabilidad exige distribuir de manera justa las cargas éticas y legales entre plataformas, Estados, desarrolladores y usuarios, reconociendo que la vida digital es un entramado relacional donde las acciones no pueden seguir siendo analizadas únicamente bajo el paradigma individualista.

En última instancia, el Homo Digitalis no es una ruptura con la humanidad, sino una reconfiguración de lo humano en un entorno donde la técnica no es un instrumento externo, sino la atmósfera misma de la existencia. La tarea ética y jurídica del siglo XXI consiste en garantizar que esta reconfiguración no derive en una degradación de la dignidad, sino en una ampliación de las capacidades humanas. La defensa del sujeto digital —su autonomía, su identidad, su cuerpo, su dignidad y su libertad— es la defensa de la humanidad frente a un modelo de desarrollo que, sin una crítica regulatoria profunda, corre el riesgo de reducir la vida a un conjunto de datos administrados por sistemas opacos. Asegurar una vida buena en la era algorítmica exige repensar las instituciones, reconstruir las garantías éticas y diseñar políticas públicas que coloquen al ser humano, y no al dato, en el centro de la vida digital. Solo así será posible que el Homo Digitalis, lejos de ser una figura de dominación, se convierta en un sujeto pleno capaz de habitar la infósfera con dignidad, autonomía y justicia.

REFERENCIAS

- Bauman, Z. (2000). *Modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2012). *Daños colaterales: desigualdades sociales en la era global*. Fondo de Cultura Económica.
- Braidotti, R. (2013). *The Posthuman*. Polity Press.
- Butler, J. (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. Routledge.
- Butler, J. (1993). *Bodies That Matter: On the Discursive Limits of Sex*. Routledge.
- Cázares Blanco, R., & Serrano Franco, F. J. (2023). *La identidad práctica en la era digital*. Universidad de Guadalajara.
- Coeckelbergh, M. (2021). *AI Ethics*. MIT Press.
- Floridi, L. (2013). *The Ethics of Information*. Oxford University Press.
- Floridi, L. (2014). *The Fourth Revolution: How the Infosphere is Reshaping Human Reality*. Oxford University Press.
- Foucault, M. (1975). *Vigilar y castigar*. Siglo XXI.
- Foucault, M. (1988). *Tecnologías del yo*. Paidós.
- García Garduño, C. (2023). *Ética digital y juventud: desafíos del ciberespacio*. Universidad Iberoamericana.
- Han, B.-C. (2012). *La sociedad de la transparencia*. Herder.
- Han, B.-C. (2014). *En el enjambre*. Herder.
- Han, B.-C. (2017). *Psicopolítica*. Herder.
- Honneth, A. (1995). *The Struggle for Recognition*. MIT Press.
- Illouz, E. (2007). *Cold Intimacies: The Making of Emotional Capitalism*. Polity Press.
- Jonas, H. (1995). *El principio de responsabilidad*. Herder.
- Martínez Ojeda, B. (2006). *El Homo Digitalis y las nuevas formas de comunicación*. Universidad de La Habana.
- Nussbaum, M. (2010). *Creating Capabilities: The Human Development Approach*. Harvard Press.
- Ricoeur, P. (1992). *Oneself as Another*. University of Chicago Press.
- Sartori, G. (1997). *Homo videns: la sociedad teledirigida*. Taurus.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica.
- Stiegler, B. (2016). *Automatic Society: The Future of Work*. Polity Press.
- Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. Basic Books.
- UNESCO. (2021). *Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence*. París.

Vallor, S. (2016). *Technology and the Virtues: A Philosophical Guide to a Future Worth Wanting*.
Oxford University Press.

Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism*. PublicAffairs.