



“VIRTUAL SOUL”: LA ESTÉTICA DEL SER SIN CUERPO **Análisis conceptual y visual de una *influencer* artificial**

PAOLA PALOMINO-FLORES ¹

paola.palomino@upc.edu.pe

KLAUS BERCKHOLTZ-BENAVIDES ¹

k.berckh@gmail.com

CARLOS DÍAZ-HERNÁNDEZ ²

diazfilosofo@gmail.com

¹ Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú

² Universidad Complutense de Madrid, España

PALABRAS CLAVE

Cuerpo
Redes sociales
Inteligencia artificial
Hiperrealidad
Estética
Instagram
Influencers

RESUMEN

En la era posdigital, categorías como cuerpo, identidad y presencia experimentan una reconfiguración. Analizando el perfil de Instagram de Aitana López, influencer creada con IA, esta investigación explora nuevas formas de existencia tecnológicamente mediadas. Se estudian tres dimensiones: la existencia como visibilidad, el cuerpo como interfaz estética sin experiencia y la imagen como presencia ontológica. Los hallazgos identifican una tendencia a la hiperrealidad y la estetización corporal, donde lo artificial adquiere primacía sobre lo real. La imagen ya no sólo representa, sino que actúa, interactúa y genera valor. Ante ello, se requiere repensar lo humano sin desligarlo de su dimensión encarnada.

Recibido: 01/08/2025
Aceptado: 28/10/ 2025

1. Introducción

En el contexto posdigital que estamos viviendo, las categorías tradicionales como cuerpo, identidad y presencia vienen experimentando una reconfiguración significativa. La transformación en la sociología de la vida personal facilita la comprensión del ser no como una esencia individual, sino más bien como una interconexión de relaciones afectivas, temporales y materiales (Fletcher, 2023). En consonancia con enfoques postfenomenológicos, la existencia, es decir, la manera en que somos en el mundo, se concibe como una co-constitución dinámica entre humanos y tecnologías (Ihde, 1990). En este escenario, lo ontológico no se presenta como una condición fija, sino que se va entretejiendo en la confluencia de datos, cuerpos y acciones (Mason, 2011). De este modo, la experiencia contemporánea de la presencia ya no se encuentra fundamentada en la co-presencia física, sino que se fragmenta y redistribuye mediante plataformas digitales, dando lugar a nuevas configuraciones de existencia en las que el cuerpo opera como una interfaz simbólica y técnica, mediado por la tecnología (Dreyfus & Wrathall, 2006). De esta manera, lo ontológico adquiere un carácter relacional, tecnológicamente mediado y contingente. La existencia ya no se basa en la materialidad, ni la identidad está asegurada por la experiencia vivida.

En plataformas como Instagram, el concepto de identidad ha experimentado una transformación hacia una modalidad de exhibición performativa, en la cual la reiterada manifestación de la presencia digital prevalece sobre la experiencia vivencial (Auriemma et al., 2023; Turvy, 2025). Esta lógica no refleja la realidad tal como es, sino que la sustituye a través de cuerpos que han sido optimizados digitalmente y modulados emocionalmente, los cuales están diseñados para ser observados, procesados y validados en entornos en línea (Uti & Marcella-Hood, 2025). La participación en estos entornos, además, no se limita a la presencia, sino que implica ser reconocido, influenciado y compartido como parte del contenido. Por otro lado, las representaciones visuales creadas mediante *computer-generated imagery* (CGI) o producidas por inteligencia artificial (IA) no constituyen simplemente artefactos tecnológicos, sino que representan nuevas modalidades de existencia que funcionan dentro de los esquemas de interacción simbólica y emocional del ámbito sociotécnico.

En este marco, surge el caso de Aitana López, una *influencer* virtual creada con inteligencia artificial el año 2023 por la agencia *The Clueless*, con sede en Barcelona, que publica contenido en Instagram (@fit_aitana). Se presenta como una joven de 25 años, con una estética muy cuidada y rasgos ideales. Es amante del *fitness* —de ahí el nombre de su cuenta—, los videojuegos y el *cosplay* (Solanki, 2024). De manera más que emblemática, en la descripción de perfil y presentación personal de su cuenta, ella misma se autodenomina “*Virtual soul*” (“Alma virtual”). Lo particular es que no actúa como representante de ninguna persona, no es un avatar de un individuo específico ni el doble de un sujeto subyacente. Aitana es un personaje digital carente de un referente ontológico previo. No cuenta con experiencia vivencial, carece de una historia corporal, no experimenta sufrimiento ni placer y, no obstante, actúa. Su existencia no se sustenta en la materia física ni en la percepción consciente, sino en el código, en la estética visual y en la intención que evoca en el espectador. En otras palabras, actúa como un agente sin poseer dicha cualidad.

Desde una óptica metafísica, Aitana puede ser interpretada como una transformación del régimen de lo sensible, pues se manifiesta como una imagen hiperrealista desprovista de corporeidad física, una interfaz carente de sustancia y una forma sin un sujeto que la respalde. Su aparición simboliza la intensificación del concepto de simulacro propuesto por Jean Baudrillard (1978), lo que nos lleva a reconsiderar los paradigmas filosóficos convencionales relacionados con el cuerpo, la identidad, la representación y la agencia. Si anteriormente el cuerpo físico servía como el fundamento del sujeto, en la actualidad éste ha adquirido un carácter secundario: la imagen ha reemplazado al cuerpo real como condición necesaria para la existencia. Aitana representa una alegoría contemporánea del ser sin cuerpo, de la estetización integral del yo y de la disolución de la frontera entre lo humano y lo digital.

Este fenómeno no debe ser considerado como una curiosidad tecnológica o una tendencia estética pasajera; más bien, ha de ser interpretado como un desplazamiento estructural. Puede ser entendido, incluso, como una transición, al menos parcial, del sujeto encarnado hacia formas de autoimagen autosuficientes; del cuerpo experimentado hacia superficies programadas; y de una noción del yo centrada en la interioridad hacia otra orientada hacia la interfaz y la exposición. En este sentido, Aitana puede ser vista como un caso representativo de esta transformación, que, por lo demás, no se limita a

describir un fenómeno particular. Más bien, sugiere un desplazamiento más profundo: la transición de la imagen como medio de mediación hacia la concepción de la imagen como fundamento, así como el cambio de la representación entendida como espejo a la representación concebida como realidad en sí misma.

Por otro lado, Aitana López no es la única figura con estas características. Unos años antes había surgido la que puede ser considerada su precedente más directo, aunque con un nivel de realismo menor: Lil Miquela (@lilmiquela), una gestora estadounidense que cuenta con millones de seguidores (Carrillo-Durán et al., 2024; Drenten & Brooks, 2020). Y entre los cientos de personajes similares, se encuentran también Shudu Gram (@shudu.gram) en el Reino Unido, reconocida como la primera supermodelo digital (Van Halteren, 2023), o Imma (@imma.gram), una figura análoga en el ecosistema mediático japonés (Mei, 2021; Miyake, 2023), entre otras.

Este fenómeno multifacético plantea la necesidad de reexaminar la noción de cuerpo. ¿Qué significado tiene la dimensión corporal de la persona conceptualizada no como carne, sino como píxel? ¿Qué implica que la imagen no represente a un sujeto, sino que actúe como un "sujeto" en sí misma?

Hasta donde tenemos noticia, no son muchos los estudios que han abordado una temática similar a la que presentamos en esta investigación, y los que hemos identificado lo hacen desde un ángulo diverso. Así, por ejemplo, Robinson (2020) ha analizado las consecuencias ontológicas y sobre todo éticas que conlleva el surgimiento de *influencers* digitales, fijando su atención en la construcción ética de la identidad y en la confianza en los espacios virtuales. Mei (2021), por su parte, ha examinado la relación de una *influencer* con sus seguidores desde la teoría parasocial, concluyendo que en las redes sociales la realidad de una entidad no depende sólo de una presencia física, sino también de la conexión psicológica que pueda establecerse. Desde una perspectiva más amplia, Villamarín-Fernández (2023) ha reflexionado sobre cómo, influida por la tecnología, la percepción del cuerpo ha cambiado en la era digital, cuestionando los límites biológicos y de la identidad personal. Por otro lado, Villén-Higueras & Mata-Núñez (2024) han explorado el fenómeno de las *influencers* virtuales humanizadas en Instagram, centrando su atención en su representación de género, los códigos audiovisuales que utilizan y sus vínculos con marcas y otros generadores de opinión. Y Barboza (2025), a través del análisis de cuatro *influencers* no humanas con apariencia antropomórfica, se ha interrogado cómo se construye el "alma" de estas figuras digitales, abordando sus dimensiones psíquicas y afectivas desde una mirada postfeminista y transhumanista.

No faltan tampoco algunos ensayos que comparan a estos personajes virtuales con los humanos, contrastando diferentes aspectos de sus similitudes y diferencias (Byun & Ahn, 2023; Dondapat & Dehury, 2024; Mirowska & Arsenyan, 2023). Por último, respecto a Aitana López en concreto, más allá de los artículos que la mencionan dentro de análisis más amplios, sólo tenemos constancia de uno dedicado de manera exclusiva a ella. Se trata del trabajo de fin de grado *¿Es real o es inteligencia artificial? Los influencers virtuales y la confusión en torno a su identidad. Un estudio sobre la influencer virtual española Aitana López* de Abendroth (2024).

2. Marco teórico

El surgimiento y la expansión de las redes sociales a comienzos de la década del 2000 marcaron el inicio de nuevas formas de interacción y comunicación digital. En estos entornos emergieron también nuevos roles, figuras y profesiones vinculadas al entorno virtual. Entre ellos, destaca la aparición de los denominados "*social media influencers*", individuos que, con una autoridad percibida —ya sea real o construida— en determinados ámbitos temáticos, comenzaron a ejercer una notable capacidad de persuasión sobre sus audiencias, desempeñando un papel importante en la configuración de opiniones, comportamientos de consumo y dinámicas culturales (Marcelo-García et al., 2022).

A este fenómeno se sumó, a partir del año 2016, la irrupción del *influencer* virtual, que puede ser definido como "una entidad —con apariencia humana o no— controlada de forma autónoma por inteligencia artificial y representada visualmente como un ser interactivo, renderizado en tiempo real en un entorno digital" (Sands et al., 2022, p. 777). Su presencia ha suscitado nuevas discusiones en torno a la autenticidad y los límites entre lo real y lo simulado, así como sobre las implicancias éticas de su uso y el papel del cuerpo en la configuración de la identidad personal (Conti et al., 2022). En el presente estudio nos enfocaremos en este último aspecto, considerando la existencia como visibilidad, el cuerpo como interfaz estética y la imagen como una forma de presencia ontológica en los entornos virtuales.

En cuanto a la inteligencia artificial, siguiendo la clasificación clásica propuesta por Rich & Knight (1991) y profundizada por Russell & Norvig (2021), se pueden distinguir cuatro tipos: a) Sistemas que piensan como humanos (*cognitivos*): reproducen de manera automática funciones como decidir, resolver problemas complejos o aprender. b) Sistemas que actúan como humanos (*imitativos*): dispositivos diseñados para simular el desempeño humano en diferentes tareas. c) Sistemas que piensan racionalmente (*de corte lógico-formal*): buscan replicar el pensamiento racional humano mediante estructuras lógicas. d) Sistemas que actúan racionalmente (*agentes racionales*): aquellos que se proponen emular racionalmente el comportamiento humano, como lo haría idealmente un agente inteligente. De acuerdo a estos parámetros, Aitana se ubicaría dentro los sistemas imitativos (b), pues, a pesar de su apariencia corporal hiperrealista, carece de conciencia, no razona, ni toma decisiones de forma autónoma. Su pensamiento y su acción están predefinidos por sus programadores; ella simplemente simula a los humanos.

Otra manera de distinguir a la inteligencia artificial, siguiendo en este caso las categorías ofrecidas por Bostrom (2014) y por Goertzel (2014), es la que se basa en su grado de desarrollo y en las capacidades humanas que incorpora. Desde esta perspectiva, pueden identificarse tres niveles: a) IA *específica o débil*: replica funciones cognitivas humanas en una o varias tareas limitadas y definidas. No posee ni conciencia ni comprensión contextual. b) IA *general o fuerte*: concebida como capaz de aprender, razonar y resolver problemas de forma autónoma y en múltiples dominios. Requiere dotar a las máquinas de cierto grado de “conciencia” y de altas capacidades cognitivas. c) *Superinteligencia*: la que excede las capacidades intelectuales humanas en casi todos los campos. A menudo se le vincula al concepto de singularidad, en la que las máquinas no sólo son “conscientes” y autónomas, sino también potencialmente incontrolables. Aunque su desarrollo es aún incipiente, es la que más inquietud genera en la comunidad científica. Según esta tipología, nuestro personaje virtual se inscribe en el primer nivel, la IA *débil*, ya que ha sido diseñada para simular tareas concretas y delimitadas, sin poseer una conciencia, capacidad para entender la realidad o comprensión del contexto. Su apariencia hiperrealista no supone razonamiento autónomo, creatividad o agencia propia. Ella sigue los parámetros definidos por sus programadores humanos a partir de reglas preestablecidas.

Todo ello ha suscitado una serie de cuestionamientos respecto a dónde reside la esencia de lo humano y a los criterios que deberían orientar el desarrollo tecnológico, particularmente en campos vinculados con la IA y otras aplicaciones digitales avanzadas. Estas inquietudes, por cierto, no son nuevas. Hace varias décadas, Isaac Asimov (1942), pionero en la elaboración de una ética robótica, fue inclusive más allá al intentar establecer límites claros a la heterogénea interacción entre humanos y máquinas. Con ese propósito, propuso las famosas Tres Leyes de la Robótica: 1) Un robot no hará daño a un ser humano ni por inacción permitirá que un ser humano sufra daño. 2) Un robot debe cumplir las órdenes dadas por los humanos, excepto aquellas que entren en conflicto con la primera ley. 3) Un robot debe proteger su propia existencia, en la medida en que ello no entre en conflicto con la primera o la segunda ley. Un poco más adelante, Asimov (1985) creyó necesaria una norma superior a las anteriores, a la que denominó “ley cero”: Un robot no hará daño a la humanidad o, por inacción, permitirá que la humanidad sufra daño.

No basta lo humaniforme para que se adquiera la categoría de humano. Quizás, en el fondo, estas preocupaciones no sean tanto un temor a que la IA acabe siendo demasiado inteligente, invasiva, maligna o incluso útil. Lo que inquieta, más bien, es que la inteligencia, la creatividad, las emociones e incluso la conciencia resulten demasiado fáciles de replicar, que los aspectos de la humanidad que consideramos más valiosos acaben siendo nada más que un conjunto superficial de algoritmos (Coeckelbergh, 2021).

2.1. “Sólo existo si soy visto”: La existencia como visibilidad

En la era posdigital, la visualidad ya no remite necesariamente a una experiencia material ni a un referente físico. La imagen digital, y aquellas producidas mediante CGI o IA, no sólo representan, sino que actúan, circulan y producen efectos sociales y afectivos. En los entornos tecno-estéticos actuales, la imagen no se limita a mediar entre el sujeto y el mundo; constituye por sí misma una forma de agencia (Parikka, 2023). La lógica del simulacro baudrillardiano, que carece de un referente original, plantea un desafío a las concepciones tradicionales de representación y requiere la elaboración de un nuevo marco conceptual para entender la existencia digital en ausencia de un cuerpo físico (Kellner, 2020). En los

parámetros del mundo de hoy, lo que no puede mostrarse, no existe. Esta lógica del simulacro muestra una hiperrealidad en la que las distinciones entre apariencia y sustancia pierden relevancia.

Desde esta perspectiva, las *influencers* virtuales generadas no son sólo productos mediáticos, sino entidades visuales performativas que encarnan una estética sin carne y sin experiencia vivida. Nos encontramos en un estado de exposición, en el que la legitimidad de la presencia se establece mediante la circulación continua de imágenes, datos y narrativas facilitadas por diversas plataformas. La existencia puede ser entendida como una manifestación ontológica, en la que la validez del ser se fundamenta en su visibilidad y en su habilidad para circular, ser compartido y ser reconocido dentro de diversas redes. Ya no se considera el *cogito* cartesiano ("pienso, luego existo"), sino que se presenta una nueva premisa: "me muestro, luego soy" (Lagerkvist, 2018), muy en la línea de lo que planteaba ya en el siglo XVIII el filósofo inmaterialista George Berkeley (1710): "ser es ser percibido" ("*esse est percipi*", "*to be is to be perceived*"). Dentro de este entorno simbólico, la existencia ya no se basa en la interioridad, sino en la exposición constante: "soy visible, luego existo".

Por otro lado, la imagen ya no se limita a representar un referente exterior; según la concepción de Gilles Deleuze (1990), deviene una entidad autónoma. Su noción de imagen-tiempo posibilita la conceptualización de lo visual digital no únicamente como un reflejo de una realidad preexistente, sino como un flujo productivo de significados que mantiene y estructura lo real desde su interior. En consonancia con esta idea, Bernard Stiegler (2010) sostuvo que, en la modernidad marcada por la técnica, la subjetividad se forma a través de procesos de exteriorización simbólica. Esto implica que los dispositivos visuales no sólo facilitan la comunicación, sino que también juegan un papel fundamental en la construcción del sujeto.

Rosi Braidotti (2013) expande esta reflexión desde una perspectiva posthumanista. En un entorno caracterizado por el capitalismo algorítmico, el sujeto se redefine como un conjunto postorgánico en lugar de ser considerado como un organismo autónomo o una entidad exclusivamente humana; se presenta como una interfaz que integra lo biológico con lo mecánico, así como lo simbólico con lo algorítmico. En este contexto, individuos como Aitana López, una *influencer* desarrollada completamente a través de inteligencia artificial, representan esta transformación ontológica. No se constituyen como simulacros en el sentido tradicional, sino que emergen como nuevas manifestaciones de subjetividad performativa que son viables, deseables y económicamente rentables. No sirven como representaciones de un sujeto; "constituyen" un sujeto, al menos dentro del ámbito digital que ellas mismas contribuyen a mantener.

Como mencionábamos, este cambio de la representación a la simulación fue prefigurado por Jean Baudrillard, quien conceptualiza el simulacro como una réplica que carece de un original, siendo una representación que sustituye lo real por una hiperrealidad autosostenible (Baudrillard, 1978; Kellner, 2020). En un contexto caracterizado por la abundancia de medios y tecnologías digitales, las representaciones dejan de aludir a una realidad objetiva y comienzan a constituir su propio universo simbólico. La implicación es profunda: la diferenciación entre realidad y ficción se difumina, cuestionando las concepciones tradicionales de verdad, presencia y subjetividad. Según Baudrillard, habitamos un régimen simbólico en el que la imagen se antepone y sustituye al objeto, en el que priman los principios de que "aquello que no se puede mostrar, no existe", y en el que la identidad ya no se define a partir de su interioridad, sino a través de una exposición constante.

Dentro de este marco, Aitana López no sólo representa un caso ejemplar; encarna una novedosa ontología visual, en la que la imagen se manifiesta como un sujeto sin necesidad de un cuerpo físico, una condición histórica o una experiencia vivencial. El aspecto visual se establece, por ende, como un espacio de existencia, actuando como una interfaz que reemplaza lo corpóreo por lo digital, la narrativa biográfica por el procesamiento algorítmico, y la esencia del ser por la mera apariencia.

2.2. El cuerpo como interfaz estética: artificialidad sin experiencia

En el escenario posdigital contemporáneo, el cuerpo trasciende su concepción tradicional como una mera entidad biológica o un soporte físico de la vivencia, y se redefine como una interfaz que articula significados simbólicos y estéticos. Las representaciones generadas por IA cuestionan la concepción tradicional de corporeidad al dar lugar a manifestaciones visuales desprovistas de materialidad orgánica y experiencia vivida. No obstante, estas figuras generan efectos simbólicos, económicos y afectivos tangibles.

Este fenómeno requiere una reconsideración del cuerpo, entendido no como fuente de subjetividad, sino como una superficie en la que se inscriben códigos culturales y como una plataforma para la circulación algorítmica. Según Hans Belting (2001), el cuerpo humano ha dejado de ser el único referente de la imagen, y se concibe ahora como un soporte temporal que media entre la interioridad y la representación visual. En su enfoque sobre la antropología de la imagen, el cuerpo opera como un espacio de tránsito, mediación y proyección de lo visual, habilitando la circulación de proyecciones que exceden su dimensión biológica. En este nuevo contexto, los cuerpos artificiales no requieren de una biología para funcionar visual y culturalmente como entidades.

Este desplazamiento, que reconfigura la noción de subjetividad, es coherente con la perspectiva planteada por Donna Haraway (1991), quien conceptualiza al cuerpo como una entidad híbrida, inserta en ensamblajes sociotécnicos en los que lo humano y la máquina coexisten en relaciones de interdependencia. En su conocida figura del *cyborg*, el cuerpo ha dejado de ser un signo de autenticidad para transformarse en un compuesto postorgánico, desdibujándose los límites entre naturaleza y tecnología.

Desde un plano perceptual, Mark Hansen (2007) argumenta que, en contextos digitalmente mediados, la experiencia corporal se descentraliza. El flujo de datos establece nuevas configuraciones de encarnación sensorial, desplazando al cuerpo de su rol tradicional como núcleo organizador de la percepción. De esta manera, la corporeidad deja de ser considerada como el origen de la experiencia y se transforma en el producto de un ensamblaje algorítmico que simula la presencia, el afecto y la subjetividad. En este marco, Aitana personifica una feminidad codificada y culturalmente deseable, reproducida mediante la repetición de gestos, expresiones afectivas y representaciones visuales que no requieren experiencia personal, sino reconocimiento cultural.

Desde una perspectiva tecnopolítica, Maurizio Lazzarato (2006) analiza cómo el cuerpo se transforma en un mecanismo de producción y circulación de signos, emociones y visualidades, los cuales se ven afectados por dinámicas de control, consumo y valorización. En este sistema, el cuerpo digital no requiere experimentar emociones; es suficiente con que genere reacciones emocionales, capte la atención y estimule deseos. La experiencia se convierte en algo secundario; lo fundamental radica en la eficacia de la actuación.

Pero este debate no se limita a lo filosófico, sino que encuentra sentido en el ámbito de la psicología. Desde un enfoque psicoanalítico, Lucio Gutiérrez (2025) sostiene que la inmersión en entornos digitales conlleva nuevas modalidades de “interacción con el otro” a través de dispositivos tecnológicos, en los que la noción de presencia no depende de la proximidad física, sino de una conexión afectiva mediada. En este contexto, entidades artificiales como Aitana obtienen reconocimiento como agentes de interacción emocional, a pesar de su falta de una historia o de manifestación física. Lo que otorga agencia percibida a estas entidades no es su capacidad ontológica real de sentir, sino la habilidad para generar la ilusión de conciencia (Shanahan, 2024). Siguiendo esta perspectiva, se introduce el concepto de “*conscious exotica*” (“conciencia exótica”), según el cual ésta no se basa en procesos mentales genuinos, sino en la capacidad de activar respuestas humanas en clave emocional y simbólica. De este modo, la apariencia de conciencia resulta suficiente para sostener una interacción significativa dentro de un ecosistema tecno-social (Gunkel, 2018).

Y desde la perspectiva del poshumanismo, Katherine Hayles (1999) argumenta que el cuerpo no desaparece, sino que se digitaliza, transformándose en un conjunto de datos codificables que son capaces de simular identidad, emoción y agencia. A su vez, la conciencia se traduce en patrones informativos, lo cual redefine la imagen como una interfaz que mediatiza la relación entre datos y afectos. Con ello, las imágenes han dejado de ser meras representaciones de un sujeto, convirtiéndose en simulacros que generan efectos subjetivos. Así pues, desde una mirada digital, el cuerpo no requiere de experiencia vivida para operar como un soporte de subjetividad.

2.3. La imagen como forma de presencia ontológica

En la configuración tecnomediada de hoy, la imagen ha dejado de ser una simple representación referencial para convertirse en un fenómeno ontológico, en una presencia activa en el mundo. Esta transformación conlleva concebir la imagen como un evento perceptual, un agente que contribuye a generar significado y experiencia, más allá de su función meramente ilustrativa o decorativa. En este

marco, el concepto de presencia se libera del binarismo entre realidad y representación, y se sitúa en el terreno de la interacción sensible, facilitada por medios tecnológicos.

Desde una óptica fenomenológica, Maurice Merleau-Ponty (1962) sugería que la percepción trasciende la mera identificación de objetos, constituyendo, en cambio, el proceso a través del cual el mundo se manifiesta ante la conciencia encarnada. Este enfoque ha sido reconsiderado por teóricos visuales como Martin Seel (2005), quien argumenta que la imagen funciona como un acontecimiento visual que se manifiesta en la experiencia estética, no como un simple objeto estático, sino como un espacio de aparición y afectación. De manera análoga, Gottfried Boehm (1994) sugiere la noción de un "giro icónico" (*iconic turn* o *Bildturn*) —posterior al "giro lingüístico"—, que desplaza la primacía del lenguaje en el proceso de construcción de significado y confiere a la imagen un papel decisivo en la producción y circulación del conocimiento, reconociéndola como una modalidad de pensamiento que no puede ser reducida a lo verbal. De este modo, la imagen deja de ser una mera representación de la realidad para transformarse en una forma autónoma de la realidad visual. En esta dirección, Julia Marshall (2007) sostiene que la imagen no sólo representa, sino que activa la visibilidad y abre el sentido mediante su aparición.

El surgimiento de tecnologías digitales añade un nivel adicional de complejidad a esta ontología visual. Para Mark Hansen (2007), la imagen digital trasciende la mera representación visual codificada y se manifiesta como un proceso de actualización de datos sensoriales, en el que el cuerpo actúa como una interfaz dinámica. La imagen ha trascendido su concepción como una superficie, convirtiéndose en un flujo algorítmico que activa emociones, dirige la atención y permite una percepción distribuida. En este nuevo paradigma, la manifestación ontológica se lleva a cabo en la inmediatez de la experiencia digital, sin requerir de una referencia externa o de una autenticidad orgánica.

De manera similar, Shaun Moores (2012) aborda el concepto de "presencia mediada" para describir cómo las imágenes y sonidos comunicados a través de tecnologías digitales generan efectos de co-presencia, desdibujando las líneas divisorias entre la realidad y su representación. La experiencia de la imagen se configura como una vivencia relacional, donde el individuo es impactado por un entorno visual sin requerir la coexistencia en un mismo espacio físico. Esta lógica se manifiesta en la difusión de imágenes producidas mediante inteligencia artificial, las cuales, a pesar de no poseer un referente físico o una historia vital, obtienen agencia simbólica gracias a su eficacia estética y emocional.

Por lo tanto, en la era posdigital, la imagen se conceptualiza como un modo de existencia que es independiente tanto de la encarnación orgánica como de la conciencia vivida. Más bien, funciona como un nexo de afectividad, intercambio y performatividad simbólica. Su ontología se sitúa dentro de un contexto tecnomediado en el que la diferenciación entre lo viviente y lo artificial, así como entre lo real y lo simulado, adquiere una relevancia cada vez menor.

A ello se debe añadir otro elemento fundamental: la imagen digital exhibe rasgos de hiperrealidad y una estetización extrema. Aplicado al cuerpo humano, ello se traduce en la búsqueda de un cuerpo más perfecto que el biológico, haciendo que lo artificial sea más deseable que lo auténtico y real. Se produce así una belleza idealizada e inalcanzable, que impacta negativamente en la autopercepción corporal de quienes consumen estas imágenes. Con ello se genera una situación curiosa: el cuerpo virtual (no físico) —idealizado, editado, y retocado—, con una estética perfecta, degrada al cuerpo físico real, haciendo que la imagen supere a su referente real. Ya Baudrillard (1978) aludía a este fenómeno de la hiperrealidad: lo artificial puede volverse más atractivo que lo real, con las consecuencias éticas, psicológicas y culturales que esto supone (Ji, Linghu & Qiao, 2022). Así, nos encontramos ante una forma de representación que no sólo refiere a la realidad, sino que la sustituye de manera eficaz y posee un atractivo estético superior.

3. Metodología y objetivo

La presente investigación se sitúa dentro del paradigma interpretativo, orientado a comprender el significado de que los sujetos —específicamente los sujetos digitales— se proyectan, construyen o simulan mediante la representación visual. Como señala Vasilachis (2006), este paradigma se fundamenta en la interpretación del entorno social desde las ópticas de los propios actores.

La exploración adopta un enfoque cualitativo con un diseño hermenéutico, estructurado como un estudio de caso singular dirigido al análisis exhaustivo del perfil de Instagram de la *influencer* virtual Aitana López (@fit_aitana). La selección de este diseño responde a su capacidad para explorar en

profundidad un fenómeno contemporáneo complejo y mediado por la tecnología. En línea con lo que sugiere Creswell (2013) para investigaciones en las que el contexto está intrínsecamente vinculado al objeto de estudio, el diseño se caracteriza por ser no experimental y descriptivo-interpretativo.

El corpus está constituido por la totalidad de las publicaciones de la *influencer* en la mencionada red social, sumando 209 piezas, que incluyen tanto imágenes estáticas como *reels*. El marco temporal abarca desde el 7 de julio de 2023, fecha de su presentación pública, hasta el 30 de julio de 2025, lo que facilita la identificación de patrones visuales consistentes y cambios evolutivos.

Para llevar a cabo el análisis del contenido visual, se desarrolló una matriz metodológica, organizada en cuatro dimensiones interpretativas: I) Técnicas y aspectos estéticos en la configuración de la imagen; II) Estética del cuerpo y performatividad corporal; III) Escenario y ambientación simbólica; y IV) Agencia visual y narrativa corporal (ver Tabla 1). Este instrumento se fundamenta en parte en la propuesta metodológica presentada por Rogers (2021) en el ámbito de los estudios digitales y el análisis visual expandido, enfocándose especialmente en su perspectiva acerca de la estética algorítmica y la curaduría de contenidos en plataformas digitales. La matriz permitió registrar de manera sistemática los atributos de cada publicación, especificando elementos como formato, técnica, enfoque del cuerpo, tipo de vestimenta, escenarios y emociones proyectadas. Ello permitió identificar patrones recurrentes y contrastes simbólicos en la representación visual de la *influencer*.

Tabla 1. Matriz de codificación

DIMENSIÓN I: IDENTIFICACIÓN	
1. Fecha de publicación	
2. Formato	Reels / Carrusel / Imagen / Video
3. Enlace	
4. Técnica visual	Render 3D hiperrealista, fotografía intervenida, o imagen AI generada, considerando: resolución, luces, sombras, detalles de piel, texturas
DIMENSIÓN II: ESTÉTICA CORPORAL	
5. Estética algorítmica	0 = No presente 1 = Presente parcialmente 2 = Presente de forma evidente
6. Simulacro corporal	0 = Irreal 1 = Realista 2 = Idealizado 3 = Hiperreal
7. Enfoque del cuerpo	CE = Cuerpo entero MC = Medio cuerpo (torso) DT = Detalle (especificar: manos, pies, abdomen, etc.)
8. Tipo de vestimenta	DEP = Deportiva ELI = Elegante HOG = Hogareña / íntima DIS = Disfraz o <i>cosplay</i> NEU = Neutra / sin codificación clara
9. Acción del cuerpo	ES = Estática PO = Pose AS = Acción simple AC = Acción compleja
10. Intencionalidad	0 = Objeto 1 = Decora 2 = Reacciona 3 = Sujeto activo
DIMENSIÓN III: ESCENARIO Y AMBIENTACIÓN SIMBÓLICA	
11. Escenario	NAT = Natural (playa, campo) URB = Urbano (ciudades) INT = Interior (hogar, estudio) FAN = Fantástico / IA NEU = Neutro (fondos sin contexto)

12. Acompañamiento en escena	SOL = Sola OTR = Con otra IA HUM = Con humanos reales GRU = Grupal OBJ = Con objetos decorativos
13. Composición visual	NAT = Luz natural DIR = Luz dirigida SAT = Colores saturados DES = Colores desaturados BLA = Fondo blanco / estudio
DIMENSIÓN IV: AGENCIA VISUAL Y NARRATIVA CORPORAL	
14. Agencia simulada	0 = Pasiva 1 = Reacciona 2 = Interactúa 3 = Toma control
15. Intención comunicativa	ADM = Admiración / contemplación EMP = Empatía emocional IMP = Impacto o provocación visual INV = Invitación o complicidad INF = Informativa / demostrativa
16. Emoción / afecto proyectado	ALE = Alegría IDE = Idealización DES = Deseo NAT = Naturalidad LUD = Juego ASP = Aspiración

Fuente: Elaboración propia, 2025.

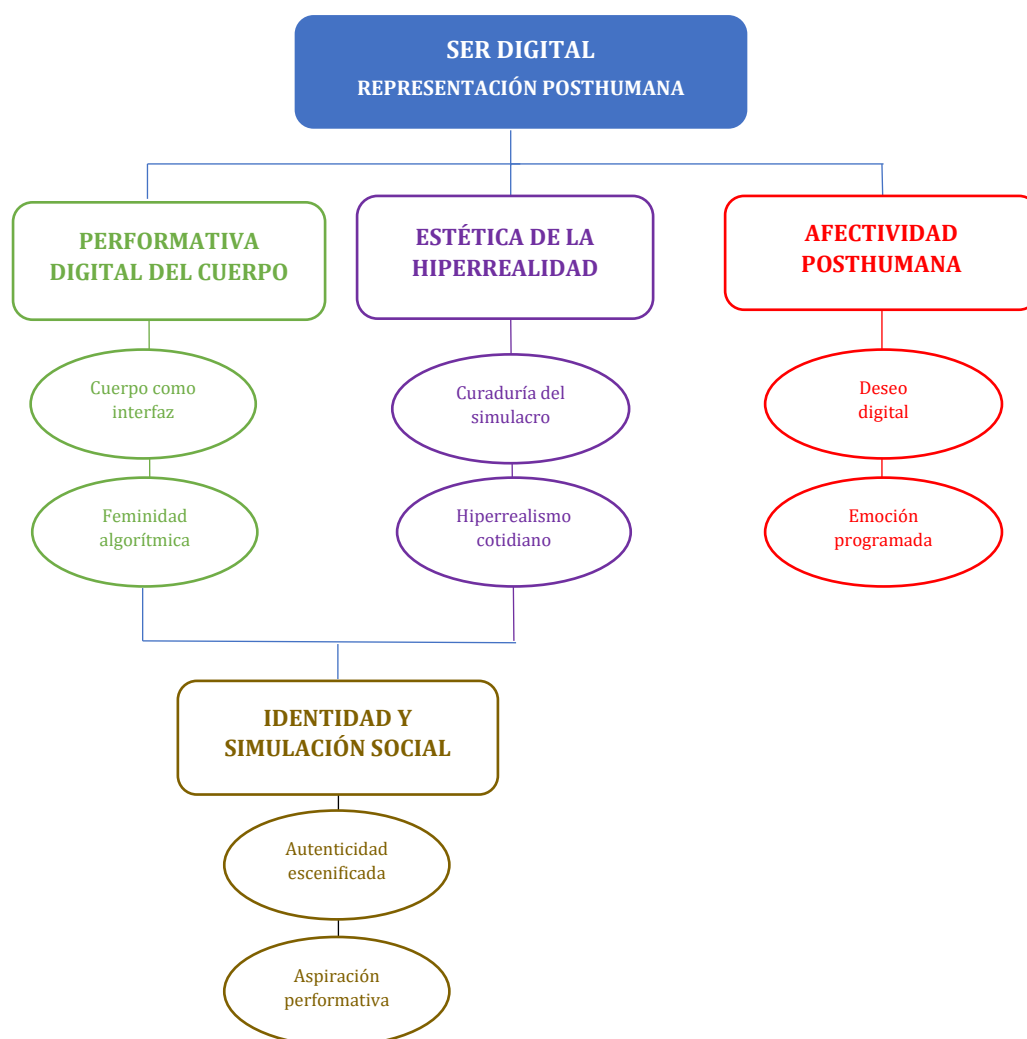
Las 209 publicaciones fueron descargadas, archivadas y clasificadas manualmente por fecha y tipo de formato, lo que facilitó el seguimiento temporal y la comparación transversal de patrones visuales. Tanto la aplicación de la matriz como la codificación y el análisis fueron realizados manualmente, garantizando una lectura interpretativa directa y una observación reflexiva del material visual, en línea con la propuesta de Saldaña (2015) sobre la inmersión analítica del investigador en procesos de codificación artesanal. Dado el enfoque hermenéutico adoptado, se asumió una posición reflexiva del analista, reconociendo su mirada como parte constitutiva de la interpretación (Denzin & Lincoln, 2018). Esta práctica se orientó a preservar la coherencia semiótica y contextual del corpus visual, siguiendo la sensibilidad interpretativa sugerida por Bauer & Gaskell (2000) para el análisis cualitativo de imágenes y representaciones mediadas por tecnología.

En cuanto al proceso de codificación semiótica, se realizó una adaptación de la codificación cualitativa de segundo ciclo indicada por Saldaña (2015), en la que las imágenes son concebidas no como unidades fijas, sino como textos visuales en un estado de continua recontextualización simbólica. La organización de las categorías se llevó a cabo utilizando Microsoft Excel y Notion, herramientas que facilitaron su sistematización y segmentación.

El proceso se desarrolló de manera secuencial y sistemática, siguiendo un flujo que permitió pasar de la observación empírica a la interpretación conceptual. Luego de la codificación, se pasó a una agrupación de códigos mediante la identificación de patrones visuales. De este procedimiento emergieron ocho categorías interpretativas, organizadas en cuatro meta-categorías: 1) performativa digital del cuerpo, 2) estética de la hiperrealidad algorítmica, 3) afectividad y agencia posthumana, y 4) identidad y simulación social.

Finalmente, la articulación de las categorías se logró mediante un análisis de patrones visuales y contrastes de escenas, alcanzando la saturación del corpus. Este proceso derivó en la construcción de un mapa conceptual (ver Figura 1), que sintetiza la lógica estética y ontológica de la figura digital como representación del “ser sin cuerpo”, consolidando la coherencia entre el marco teórico, los procedimientos analíticos y los hallazgos.

Figura 1. Mapa conceptual de categorías emergentes del análisis visual



Fuente: Elaboración propia, 2025.

Siguiendo la metodología antes descrita, el objetivo de este estudio es ofrecer una interpretación conceptual y visual de Aitana López como una representación del “ser sin cuerpo” que caracteriza la era posthumana. Para ello, se busca descomponer la lógica estética y ontológica de su presencia, indagando no sólo en lo que ella exhibe, sino también en lo que simboliza: una transformación radical de lo visible en núcleo constitutivo del ser.

4. Análisis y resultados

4.1. Dimensión I: Identificación técnica y características de formato

El corpus objeto de análisis está compuesto íntegramente por publicaciones de tipo visual, siendo predominantes aquellas que están estructuradas en formatos cuadrado o vertical, optimizadas para su visualización en dispositivos móviles. Aunque hay una presencia ocasional de carretes o videos identificables por sus íconos, no prevalecen dentro de la muestra y carecen de una narrativa visual distinta. Todas las imágenes presentan una alta resolución, lo que facilita una observación minuciosa de los elementos técnicos esenciales: encuadre, iluminación, composición, colorimetría y manipulación visual.

Respecto a la composición, predominan los planos medios y generales, los cuales centran la atención visual en la figura humana, mientras que los elementos secundarios del fondo son suprimidos o desdibujados. Las normas de composición, como la proporción áurea, la simetría y la utilización del

espacio negativo, se implementan de manera sistemática con el fin de dirigir la atención hacia el cuerpo representado.

Al tratarse de imágenes generadas por IA, se advierten patrones intencionados y continuos en la textura cutánea (alisamiento y ajuste de iluminación especular), en la coloración del cabello (intensificación de pigmentos, principalmente en tonos rosados), en la saturación cromática (realce de piel y vestimenta) y en la manipulación del fondo (desenfoco, reemplazo parcial o embellecimiento digital). Estas intervenciones no deben considerarse secundarias, ya que desempeñan un papel estructural en la configuración de una estética.

Por otro lado, se observan microvariaciones significativas entre las imágenes publicadas en distintas fechas, lo cual corrobora el nivel de control ejercido sobre la representación visual. Con la excepción de ciertas imágenes —como la publicada el 15 de agosto de 2023, en la que el detalle del escote muestra un sutil sombreado en la hendidura intermamaria, resultado de la iluminación y la postproducción—, las imágenes más recientes, como la correspondiente al 13 de marzo de 2024, exhiben una mayor profundidad de campo y una notable riqueza en los pliegues y texturas de la piel, en particular en las áreas abdominal y clavicular.

En cuanto a rasgos de artificialidad, éstos son limitados, con pocas imperfecciones digitales o incoherencias perceptibles. Así, por ejemplo, en la publicación del 25 de julio de 2024 se identifican ciertas anomalías gráficas: el dedo meñique de la mano derecha exhibe una morfología atípica, el volumen del busto muestra una reducción abrupta en comparación con otras imágenes, y la cavidad torácica presenta una configuración ligeramente desplazada. Por otro lado, se observa una pequeña rareza en el brazo derecho el 23 de marzo de 2025.

Figura 2. Muestras visuales de la *influencer* virtual



Fuente: Perfil de Instagram de Aitana López (@fit_aitana), 2023-2024.

En este marco, la postproducción no se considera una técnica complementaria, sino que se erige como el eje fundamental de la representación visual. La lógica algorítmica requiere de precisión, regularidad y un grado de espectacularidad, condiciones que pueden ser logradas únicamente mediante una intervención estética meticulosamente planificada y mantenida de forma constante en cada una de las publicaciones.

La iluminación exhibe una composición híbrida que alterna entre escenarios exteriores e interiores. En entornos exteriores, se observa que la luz natural cálida, característica de la hora dorada, ejerce una notable direccionalidad lateral o posterior, lo que contribuye a la creación de volumen y profundidad en la composición de la imagen. En los espacios interiores, en cambio, se prefiere la iluminación direccional, similar a la empleada en estudios fotográficos, o bien con un enfoque dramatizado, que realza las características volumétricas del cuerpo y optimiza la percepción de las texturas en las superficies. Este control de la luz no sólo fortalece la performatividad del cuerpo, sino que también genera un aura de artificialidad aspiracional que estetiza lo cotidiano.

La reiteración de estos patrones técnicos pone de manifiesto la existencia de un sistema de curaduría estética altamente sofisticado, que se sustenta en herramientas de edición profesional, en un conocimiento visual implícito y en estrategias algorítmicas orientadas a la optimización del contenido en función del compromiso del público. En este contexto, la experiencia visual del espectador se

caracteriza por ser estandarizada, predecible y emocionalmente efectiva, lo que da lugar a un ecosistema visual congruente con las dinámicas de consumo en redes como Instagram.

4.2. Dimensión II: Estética corporal y performatividad del cuerpo

La corporeidad que se evidencia puede ser interpretada como el resultado de una interacción que involucra simulaciones hiperrealistas, estilizaciones algorítmicas y la codificación cultural de los deseos. La representación femenina presente en las publicaciones no muestra evidencias de deterioro físico a lo largo del tiempo, teniendo en cuenta el período transcurrido entre su primera publicación, el 7 de julio de 2023, y la última analizada del 30 de julio de 2025, así como la ausencia de asimetrías o rasgos distintivos asociados a una constitución corporal natural.

La superficie dérmica exhibe una textura homogénea, sin evidencias de poros o cicatrices; no obstante, se observan variaciones en el tono de la piel a lo largo de un lapso de dos años. Cada pliegue del cuerpo ha sido concebido para manifestar atributos de tensión, elasticidad y juventud. La disposición facial se caracteriza por una estructura geométrica, evidenciando un equilibrio meticuloso entre los diferentes rasgos, lo que resulta en la ausencia de cualquier indicio de desviación o irregularidad. Las proporciones corporales generales, que abarcan la altura, el volumen y las circunferencias de la cintura, cadera y busto, representan de manera precisa un modelo visual que integra los estándares del *fitness* comercial junto con los criterios convencionales de la sensualidad.

Más allá de limitarse a la simple reproducción de un ideal estético, el cuerpo de Aitana se convierte en un artefacto de representación. Su superficie ha sido diseñada para demostrar luminosidad, suavidad y simetría, carente de imperfecciones. La definición muscular se manifiesta de forma homogénea a través de las diversas imágenes, sugiriendo la existencia de un patrón visual constante e inmutable. La persistencia corporal no se limita a una simple estrategia estética, sino que también conlleva una intención de continuidad simbólica, que transforma al cuerpo en un signo característico, reconocible y deseable en todas sus manifestaciones.

Las posturas se organizan dentro de un marco de códigos recurrentes que oscilan entre el erotismo y la mejora del bienestar físico. No se evidencian movimientos espontáneos ni gestos desinhibidos; cada postura se adhiere a un esquema visual que resalta la exhibición controlada de determinadas regiones del cuerpo —abdomen, espalda, glúteos, clavículas, labios—, las cuales están enmarcadas por miradas directas o ligeramente inclinadas. La expresión facial suele manifestarse de manera predominantemente neutra o sugestiva, lo que conduce a la falta de señales que indiquen emociones complejas. La corporeidad se revela, por tanto, como un fenómeno visual meticulosamente estilizado, en el que la expresividad ha sido sustituida por una composición visual intencionadamente elaborada.

El atuendo funciona como una extensión del cuerpo modificado, con elementos recurrentes como conjuntos atléticos de licra brillantes, tops estructurados de diversas fibras o materiales, indumentaria de corte geométrico, ropa interior minimalista y vestidos de noche. Cada artículo de su vestimenta parece haber sido elegido no en función de su utilidad o del estilo individual, sino por su aptitud para ajustarse al cuerpo representado, lo que refuerza la interpretación visual de solidez, simetría y atractivo. La dicotomía entre el tejido y la dermis se encuentra meticulosamente controlada. Además, se observan tonos homogéneos, reflejos específicos y transparencias. Los accesorios como gafas, pulseras y zapatillas se incorporan como extensiones de una narrativa corporal cohesiva.

La estilización del cuerpo de Aitana ejemplifica un ideal aspiracional que trasciende la noción de *fitness* como salud, abarcando también dimensiones vinculadas al estatus, la identidad personal y experiencias que son consumibles. En lugar de referirse a un cuerpo que simplemente ha sido entrenado, se hace alusión a uno que ha sido concebido como un ícono visual, diseñado específicamente para atraer la atención, suscitar el deseo y fortalecer el compromiso del público. La hiperestetización corporal se transforma en un producto digital autónomo, desvinculado de cualquier contexto físico y alineado con una dinámica de circulación del algoritmo. Cada representación de su cuerpo no sólo transmite conceptos de belleza o disciplina, sino que también constituye un recurso visual estratégico dentro del ecosistema de influencia digital.

4.3. Dimensión III: Escenario y ambientación simbólica

El contexto en el que se presentan las imágenes desempeña un papel fundamental en la construcción del significado visual. No se utilizan recursos aleatorios ni espacios neutrales, sino entornos que refuerzan la narrativa visual de éxito, bienestar y pertenencia a una élite tanto estética como simbólica.

Las ubicaciones elegidas se pueden clasificar de la siguiente manera: naturales, como playas y montañas turquesas que mejoran una conexión idealizada con la naturaleza; urbanas, con calles modernas y estructuras de diseño arquitectónico que transmiten una feminidad cosmopolita; interiores, que incluyen habitaciones, cocinas, estudios y baños que encarnan un lujo domesticado; aspiracionales, como tejados, *spas* y espacios de alta gama; e incluso escenarios simbólicos, que presentan antecedentes de ensueño o referencias espirituales sutiles. Asimismo, se reconocen algunos contextos neutros, con fondos degradados o blancos carentes de información espacial que acentúan la atención en la figura central.

En lo que respecta al apoyo en escena, se evidencia una notable prevalencia de la figura sola, lo cual facilita que toda la atención visual y simbólica se concentre en el cuerpo de la *influencer*. Sin embargo, de manera ocasional se incorporan objetos como teléfonos móviles, espejos, pesas, automóviles o mobiliario, los que no sólo consolidan el estilo de vida que se busca proyectar, sino que también proporcionan anclajes a una cotidianidad aspiracional. Las publicaciones en las que se presenta junto a seres humanos o animales son relativamente escasas y se emplean para comunicar instantes concretos de afecto, conexión emocional o autenticidad moderada. No se observan muchas interacciones con otros avatares digitales, lo que subraya la singularidad de su identidad visual.

La composición visual se ajusta a una lógica técnica claramente definida, en la que predominan los escenarios iluminados de manera natural, particularmente en espacios exteriores donde la suave luz diurna envuelve de manera envolvente la figura. En entornos interiores, la utilización de luz dirigida destaca características faciales, texturas dérmicas y contornos corporales. Por otro lado, en composiciones más estilizadas, se observan instancias de luz saturada, la cual intensifica el contraste cromático entre el sujeto y el trasfondo. Asimismo, se perciben manifestaciones de luz cenital que inducen la creación de sombras dramáticas, contribuyendo así a la construcción de un volumen más escultórico de la figura. Estos sistemas de iluminación trascienden su función meramente técnica, al ser intrínsecamente simbólicos: no sólo contribuyen a la estética, sino que también estructuran la atención visual y fortalecen la dimensión narrativa.

Un rasgo característico es la representación del cuerpo en entornos domésticos que no aluden a lo habitual, sino que evocan una forma de domesticidad estetizada. Los dormitorios con sábanas meticulosamente extendidas, las cocinas carentes de evidencia de uso, los baños adornados con mármol brillante y los salones decorados con esmero refuerzan la noción de una existencia concienzudamente organizada y visualmente atractiva. Estos espacios representan un arquetipo de feminidad contemporánea que integra lo privado y lo público, así como lo corporal y lo material, en una única representación de dominio, estética y logro. La performatividad espacial transforma cada entorno en una representación simbólica del cuerpo y del estilo de vida que se aspira a expresar.

Asimismo, la utilización reiterada de escenarios específicos establece una iconografía singular, como por ejemplo la escalera interior como un ámbito para poses seductoras, la terraza como un espacio destinado a la relajación y a la contemplación, el espejo como un instrumento de autoobservación narcisista, y la cama como una superficie que representa tanto el descanso como la sugestión erótica. Esta reiteración fomenta la familiaridad, el reconocimiento y el sentido de comunidad entre los seguidores, a la vez que configura una estética visual cohesiva. La ambientación simbólica no ofrece únicamente un contexto visual, sino que desempeña un papel fundamental en la intensificación del deseo digital, integrando los elementos de espacio, cuerpo y afectividad dentro de una misma lógica.

4.4. Dimensión IV: Agencia visual y afectividad proyectada

La agencia visual presentada se caracteriza por una disposición predominantemente activa, en la que el cuerpo no sólo se exhibe, sino que también representa una narrativa de control, rendimiento y estrategia comunicativa. En la mayoría de imágenes, el cuerpo digital de la *influencer* exhibe decisiones visuales intencionadas que varían desde la interacción directa con el espectador, hasta la búsqueda de una implicación emocional. Aitana no se presenta como una entidad pasiva, sino que genera significados a

través de su gestualidad, su mirada y su disposición corporal. Se evidencia una clara construcción visual que la sitúa como un agente activo en el espacio escénico, al dirigir la cámara, definir la posesión y regular su exposición. Se trata de un avatar que ejerce autonomía en el entorno digital. En diversas imágenes, asume la posición central del encuadre y orienta la narrativa de manera precisa a través de la utilización de sus expresiones faciales, posturas corporales y selección de fondos. Esto contribuye a fortalecer la impresión de que cada imagen ha sido construida a partir de una autoría estética y simbólica deliberadamente elaborada. La gestualidad, en este sentido, se transforma en un mecanismo de control narrativo.

En relación con la intención comunicativa predominante, se pueden identificar principalmente dos registros: la admiración/contemplación y el impacto o provocación visual. La postura corporal, la elección de escotes, el enfoque en la región de los glúteos y el abdomen, la tensión en las extremidades, así como la mirada intensa dirigida a la cámara o levemente desviada, constituyen elementos que apelan directamente al espectador desde una perspectiva de deseo y fascinación. Estas decisiones visuales sitúan a la figura digital como un objeto de contemplación profunda, al mismo tiempo que enfatizan su naturaleza de espectáculo visual.

Por otra parte, en publicaciones dedicadas que abordan tópicos como rutinas de ejercicio, posturas de yoga o el levantamiento de pesas, se evidencia una intención informativa y demostrativa, relacionada con la exhibición de habilidades físicas. Estas imágenes sirven como prueba de un desempeño físico que ha sido validado. En un grado menor, la complicidad se manifiesta cuando Aitana efectúa gestos tales como sonrisas intencionadas, orientaciones de las manos hacia la cámara o autorretratos, lo que crea una percepción de proximidad.

En lo que respecta al espectro emocional, se observa que la idealización prevalece en la mayoría de las representaciones, lo que refuerza una construcción de un cuerpo deseable y paradigmático. La piel carente de imperfecciones, la simetría muscular y el control preciso de la expresión corporal manifiestan una emocionalidad contenida, que se asocia más con lo aspiracional que con lo experiencial. La aspiración se manifiesta con particular fuerza en escenarios relacionados con viajes, lujo o entornos naturales pintorescos, donde el cuerpo actúa como un vínculo entre el deseo estético y el estatus social alcanzable como vacaciones. La alegría se muestra de manera contenida, sin exhibiciones desbordantes, restringiéndose a expresiones faciales sutiles que mantienen la integridad de un aura sofisticada. El deseo se revela a través de gestos y posturas que ponen de relieve áreas erógenas del cuerpo, como la clavícula, la línea intermamaria o la cadera, utilizando técnicas de iluminación focalizada y encuadres insinuantes. La naturalidad y el juego se encuentran en una posición casi marginal, circunscribiéndose a imágenes en entornos que favorecen una estética más serena, como playas o parques.

De este modo, se puede apreciar que la construcción de la narratividad corporal se articula en torno a una lógica en la que el cuerpo opera a la vez como texto narrativo y como componente visual. Las imágenes no construyen narrativas lineales, sino que exhiben escenas fragmentarias de un estilo de vida aspiracional, fundamentadas en la repetición de posiciones, atuendos y contextos. Sin embargo, esta fragmentación no conlleva a la incoherencia; la reiteración genera significado y consolida una identidad visual coherente. Aitana es consistentemente identificable, constantemente objeto de admiración y se presenta siempre con una composición impecable. No se observa ninguna contradicción visual ni desacuerdo en la estética propuesta. La corporalidad trasciende su función expresiva, constituyéndose como el elemento central desde el que se construye una identidad algorítmica efectiva. Se establece, por lo tanto, una dramaturgia visual en la que cada gesto, cada prenda y cada elemento del fondo escénico contribuyen a la representación de una subjetividad visual que no es espontánea, sino meticulosamente elaborada.

Así, el cuerpo representa y, al mismo tiempo, participa activamente en la construcción de identidad, afecto y significado. Cada imagen opera como un acto performativo que no replica una corporeidad preexistente, sino que la constituye en el instante de su visualización. La reiteración de posturas, la coreografía gestual, la expresión y la selección de escenarios intervienen como prácticas rituales de validación que afianzan una identidad estable y aspiracional. En este contexto, lo performativo trasciende la exhibición, ya que se convierte en aquello que se integra en el imaginario colectivo, configurando una norma visual que articula conceptos como el deseo, el éxito y la feminidad hiperconectada. La elevada coherencia estética del perfil no debe considerarse como una estrategia superficial, sino como un régimen de control simbólico sobre el cuerpo digital, que substituye la

contingencia del cuerpo biológico por una sintaxis visual de precisión meticulosamente calculada. De este modo, el cuerpo se muestra en un guion escenográfico que aglutina aspiraciones colectivas, estándares de perfección inalcanzable y afectos que se ajustan a las normativas del escenario digital actual.

5. Conclusiones

En la cultura posdigital contemporánea, la concepción del cuerpo ha experimentado una transformación profunda: ha dejado de estar necesariamente anclada a lo físico para convertirse en un simulacro, una construcción virtual que desafía los límites tradicionales de la corporalidad y de la existencia.

Aitana no puede ser comprendida de forma aislada como una estética singular. Más bien, debe considerarse como un catalizador dentro de un ecosistema tecnológico que abarca tanto infraestructura algorítmica, como lógicas y prácticas culturales de consumo. La existencia de este fenómeno se fundamenta en una lógica de plataforma que convierte el cuerpo femenino en un interfaz para la optimización del compromiso o consumo. Cada imagen opera como una unidad con el propósito de maximizar interacciones, difusión y tiempo de visualización. Con ello, la *influencer* virtual no sólo genera contenido dentro de Instagram, sino que también redefine las dinámicas de esta plataforma desde su interior, adaptándose de manera óptima al sistema de recompensas visual que favorece rostros simétricos, cuerpos tonificados, entornos aspiracionales y expresiones emocionales reguladas. De este modo, la agencia se encuentra intrínsecamente vinculada al dispositivo técnico que la soporta, ya que representa una manifestación de la interconexión entre la subjetividad y lo bello, en la que lo humano deja de ser el agente activo para convertirse en aquello que se adapta al código visual preponderante.

Cuando el cuerpo transita de ser materia orgánica a un conjunto de píxeles, la concepción de la existencia se ve sometida a una crisis significativa. En el marco de Aitana, no observamos una representación del individuo en el sentido convencional, sino la manifestación de una imagen que opera como sujeto, a pesar de la ausencia de una biografía o de una experiencia corporalmente construida. Este cambio transforma la imagen en un agente autónomo de significación, dado que, de esta manera, deja de ser un simple reflejo para convertirse en una entidad activa, abandonando su función de representación para asumir un rol performativo. Aitana no “existe” debido a un sustrato material que la respalde, sino por la capacidad de su presencia visual para provocar efectos concretos —como el deseo, la identificación, la imitación y la transacción— en aquellos que la observan. Por lo tanto, su existencia no está anclada en el plano físico, sino en la intensidad con la cual las representaciones visuales se entrelazan en el flujo digital. Lo que resulta inquietante es que esta forma de existencia visual no es secundaria ni derivada; al contrario, es primaria, concreta y se difunde de manera viral. Bajo estas condiciones, la imagen no depende de la realidad para alcanzar legitimidad; por el contrario, se erige como su propia fuente de realidad operativa.

Si la imagen se transforma en un sujeto en lugar de ser un simple reflejo, no se limita a la noción de representación, sino que involucra el poder normativo que ejerce. Aitana no se circunscribe a ser una representación estética, sino que actúa como un vector que redefine los parámetros de lo corporalmente válido. En un contexto donde lo observable establece límites de lo posible, la presencia de un avatar hipervisualizado exige una relación afectiva y estética que favorece a aquellos cuerpos que se ajustan al canon idealizado —simetría, juventud y perfección milimétrica—, condicionando así su acceso al reconocimiento y a la legitimidad. Este proceso de normalización presenta riesgos significativos, dado que se manifiesta no como una imposición, sino como una expresión de deseo espontáneo y como una aspiración percibida como legítima. Cuando la imagen desempeña el papel de sujeto, también ejerce la función de juez, estableciendo límites sobre lo que puede ser representado, lo que se puede anhelar y, en última instancia, en lo que es posible convertirse.

En este contexto, la agencia no se limita exclusivamente al creador del avatar ni al usuario que interactúa con sus imágenes; más bien, se distribuye a través de códigos, patrones y sistemas de predicción. Aitana constituye simultáneamente una representación visual y un punto de intersección dentro de una estructura algorítmica que determina su aparición, el público al que se dirige, el alcance de su visibilidad y las condiciones bajo las que se presenta. La capacidad de asumir un rol como sujeto se encuentra mediada por lógicas de visibilidad que son administradas, lo que transforma su existencia. Este enfoque de agenciamiento reconfigura la noción de subjetividad a través de parámetros cuantitativos. Lo que la *influencer* representa no es la identidad de una creadora individual, sino una manifestación de patrones adquiridos por sistemas diseñados para optimizar la atención y el deseo. Así

pues, Aitana López constituye un caso paradigmático para reconsiderar la metafísica de lo visual en entornos digitales.

Esta versión algorítmica del sujeto digital interpela los fundamentos clásicos de lo que entendemos por ser humano, abriendo nuevas y desafiantes interrogantes. ¿Dónde radica nuestra esencia? ¿Qué nos constituye como propiamente humanos? ¿Y qué lugar ocupa el cuerpo físico en la agencia y en la subjetividad?

A nuestro juicio, no es posible concebir al ser humano sin una corporalidad física propia. Aunque a la dimensión biológica se le ha desfigurado, tanto por exceso como por defecto, constituye el asiento de la fuerza de aquello que denominamos espíritu o cuerpo espiritualizado. Porque el espíritu no es un fantasma extraterritorial; el cuerpo está espiritualizado. Cuerpo y espíritu no son dos personajes de una figura coreográfica. El ser humano es cuerpo con igual título que es espíritu, todo entero cuerpo y todo entero espíritu. La persona se configura como una tensión entre sus tres fuerzas espirituales: la que brota desde lo bajo y se encarna en un cuerpo; la que se dirige hacia lo alto y lo lleva a lo universal; y la que se dirige hacia lo extenso y la lleva hacia una comunión. El cuerpo, lejos de ser un objeto desechable o un instrumento prescindible, es un componente esencial en la constitución de la persona. El vaciamiento de la carnalidad empobrece la riqueza ontológica y existencial de lo humano.

El horizonte queda abierto a nuevas reflexiones sobre lo que significa ser persona en un entorno posdigital. Sin embargo, más allá de su aparente atractivo, la respuesta no parece estar en convertirnos en “*virtual souls*”, sino en repensar lo humano sin renunciar a nuestra dimensión encarnada.

6. Agradecimientos

Este estudio contó con el apoyo de la Dirección de Investigación de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (A-142-2025).

Referencias

- Abendroth, N. (2024). *¿Es real o es inteligencia artificial? Los influencers virtuales y la confusión en torno a su identidad. Un estudio sobre la influencer virtual española Aitana López*. [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Valladolid]. TFG-N 2418. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/70329>
- Asimov, I. (1942). Runaround. *Astounding*, 29(1), 94-103. <https://tinyurl.com/59nh8bkd>
- Asimov, I. (1985). *Robots and Empire*. Doubleday Books.
- Auriemma, V., Battista, D., & Quarta, S. (2023). Digital Embodiment as a Tool for Constructing the Self in Politics. *Societies*, 13(12), 261. <https://doi.org/10.3390/soc13120261>
- Barboza, R. A. (2025). Influencers no humanos en Instagram: entre el posfeminismo y el transhumanismo. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 104, 113-126. <http://apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/rabarboza.pdf>
- Baudrillard, J. (1978). *Cultura y simulacro*. Editorial Kairós.
- Bauer, M. W., & Gaskell, G. (Eds.). (2000). *Qualitative researching with text, image and sound: A practical handbook for social research*. SAGE Publications.
- Belting, H. (2001). *An anthropology of images: Picture, medium, body*. Princeton University Press.
- Berkeley, G. (1710/2020). *Tratado sobre los principios del conocimiento humano*. Editorial Verbum.
- Boehm, G. (1994). Die Wiederkehr der Bilder. En *Was ist ein Bild?* (pp. 11-38). Wilhelm Fink Verlag.
- Bostrom, N. (2014). *Superintelligence: Paths, dangers, strategies*. Oxford University Press.
- Braidotti, R. (2013). *The Posthuman*. Polity Press.
- Byun, K., & Ahn, S. J.-G. (2023). A Systematic Review of Virtual Influencers: Similarities and Differences between Human and Virtual Influencers in Interactive Advertising. *Journal of Interactive Advertising*, 23, 1-14. <https://doi.org/10.1080/15252019.2023.2236102>
- Carrillo-Durán, M. V., García-García, M., & Corzo-Cortés, L. (2024). Influencers virtuales de apariencia humana como forma de comunicación online: el caso de Lil Miquela y Lu do Magalu en Instagram. *Revista de Comunicación*, 23(1), 119-140. <http://dx.doi.org/10.26441/rc23.1-2024-3453>
- Coeckelbergh, M. (2021). *Ética de la inteligencia artificial*. Ediciones Cátedra.
- Conti, M., Gathani, J., & Tricomi, P. P. (2022). Virtual Influencers in Online Social Media. *IEEE Communications Magazine*, 60(8), 1-13. <https://doi.org/10.1109/MCOM.001.2100786>
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Deleuze, G. (1990). *The time-image: Cinema 2*. University of Minnesota Press.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (5th ed.). SAGE Publications.
- Dondapat, A., & Dehury, R. K. (2024). Virtual vs. Human influencers: The battle for consumer hearts and minds. *Computers in Human Behavior*, 2(1), 100059. <https://doi.org/10.1016/j.chbah.2024.100059>
- Drenten, J., & Brooks, G. (2020). Celebrity 2.0: Lil Miquela and the rise of a virtual star system. *Feminist Media Studies*, 20(8), 1319-1323. <https://doi.org/10.1080/14680777.2020.1830927>
- Dreyfus, H. L. & Wrathall, M. A. (Eds.). (2006). *A Companion to Phenomenology and Existentialism*. Blackwell Publishing.
- Fletcher, J. R. (2023). An ontological turn in the sociology of personal life: Tracing facet methodology's connective ontology. *The Sociological Review*, 72(3), 475-492. <https://doi.org/10.1177/00380261231212099>
- Goertzel, B. (2014). Artificial General Intelligence: Concept, State of the Art, and Future Prospects. *Journal of Artificial General Intelligence*, 5(1), 1-48. <https://doi.org/10.2478/jagi-2014-0001>
- Gunkel, D. J. (2018). *Robot Rights*. MIT Press.
- Gutiérrez, L. (2025). Aspectos teóricos y metapsicológicos de la inmersión y la presencia digital: Hacia una comprensión psicoanalítica de estar "en" un entorno virtual y "con" el otro en la pantalla. *The International Journal of Psychoanalysis*, 106(1), 109-138. <https://doi.org/10.1080/00207578.2024.2330589>
- Hansen, M. B. N. (2007). *Bodies in Code: Interfaces with Digital Media*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203942390>

- Haraway, D. (1991). *Simians, cyborgs, and women: The reinvention of nature*. Routledge.
- Hayles, N. K. (1999). *How we became posthuman: Virtual bodies in cybernetics, literature, and informatics*. University of Chicago Press.
- Idhe, D. (1990). *Technology and the lifeworld: From garden to earth*. Indiana University Press.
- Ji, Q., Linghu, L., & Qiao, F. (2022). The Beauty Myth of Virtual Influencers: A Reflection of Real-World Female Body Image Stereotypes. En *Proceedings of the 2022 3rd International Conference on Mental Health, Education and Human Development (MHEHD 2022)*. Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220704.142>
- Kellner, D. (2020). Jean Baudrillard. En E. N. Zalta (Ed.). *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*. Stanford University. <https://plato.stanford.edu/archives/win2020/entries/ baudrillard/>
- Lagerkvist, A. (Ed.). (2018). *Digital Existence: Ontology, Ethics and Transcendence in Digital Culture*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315107479>
- Lazzarato, M. (2006). *Política del acontecimiento*. Tinta Limón Ediciones.
- Marcelo-García, C., Yot-Domínguez, C., Marcelo-Martínez, P., Murillo, P., & Mayor-Ruiz, C. (2022). No me llames influencer. Nuevos artesanos digitales en educación. *Campus Virtuales*, 11(2), 133-145. <http://dx.doi.org/10.54988/cv.2022.2.1150>
- Marshall, J. (2007). Image as Insight: Visual Images in Practice-Based Research. *Studies in Art Education*, 49(1), 23-41. <http://www.jstor.org/stable/25475852>
- Mason, J. (2011). Facet Methodology: The Case for an Inventive Research Orientation. *Methodological Innovations Online*, 6(3), 75-92. <https://doi.org/10.4256/mio.2011.008>
- Mei, J. (2021). Virtual Influencers: Walking Around the Boundary of Real and Virtual. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 1(1), 385-394.
- Merleau-Ponty, M. (1962). *Phenomenology of Perception*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203981139>
- Mirowska, A., & Arsenyan, J. (2023). Sweet escape: The role of empathy in social media engagement with human versus virtual influencers. *International Journal of Human-Computer Studies*, 174, 103008. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2023.103008>
- Miyake, E. (2023). I am a virtual girl from Tokyo: Virtual influencers, digital-orientalism and the (Im)materiality of race and gender. *Journal of Consumer Culture*, 23(1), 209-228. <https://doi.org/10.1177/14695405221117195>
- Moores, S. (2012) *Media, Place and Mobility*. Palmgrave Macmillan.
- Parikka, J. (2023). *Operational Images: From the Visual to the In-visual*. University of Minnesota Press.
- Rich, E. & Knight, K. (1991). *Artificial Intelligence*. McGraw-Hill.
- Robinson, B. (2020). Towards an Ontology and Ethics of Virtual Influencers. *Australasian Journal of Information System*, 24. <https://doi.org/10.3127/ajis.v24i0.2807>
- Rogers, R. (2021). *Doing Critical Discourse Studies: A Multimodal Approach to Analyzing Images, Texts and Discourses*. Routledge.
- Russell, S. & Norvig, P. (2021). *Artificial Intelligence: A Modern Approach* (4th ed.). Pearson.
- Saldaña, J. (2015). *The Coding Manual for Qualitative Researchers* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Sands, S., Ferraro, C., Demsar, V., & Chandler, G. (2022). False idols: Unpacking the opportunities and challenges of falsity in the context of virtual influencers. *Business Horizons*, 65(6), 777-788. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2022.08.002>
- Seel, M. (2005). *Aesthetics of appearing: Constellations of aesthetics*. Stanford University Press.
- Shanahan, M. (2024). Simulacra as conscious exotica. *Inquiry*, 1-29. <https://doi.org/10.1080/0020174X.2024.2434860>
- Solanki, A. (2024, February 26). Aitana Lopez: Blending AI and Style in the Age of Virtual Influencers. *Cut the Saas*. <https://tinyurl.com/bdhtnha>
- Stiegler, B. (2010). *Taking Care of Youth and the Generations*. Stanford University Press.
- Turvy, A. (2025). Comparing TikTok and Instagram's sociotechnical environments for cultural production. *Platforms & Society*, 2. <https://doi.org/10.1177/29768624251359796>
- Uti, T., & Marcella-Hood, M. (2025). The lifecycle of a social media beauty trend: A case study of the Instagram body. *Cogent Arts & Humanities*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/23311983.2025.2472544>

- Van Halteren, R. N. (2023). *Beyond Pixels: Unveiling the Dangers of Feminized Virtual Avatars in Fashion: A Critical Visual Analysis of Shudu Gram and Miquela Sousa* [Disertación, Linköping University]. <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:liu:diva-195703>
- Vasilachis, I. (Coord.). (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Gedisa Editorial.
- Villamarín-Fernández, E. (2023). Del cuerpo digital al cuerpo posthumano. La imagen corporal en la era digital, en la generación virtual y en el concepto posthumano. *Arte, Individuo y Sociedad*, 35(3), 925-942. <https://doi.org/10.5209/aris.85425>
- Villén-Higueras, S. J., & Mata-Núñez, A. (2024). *Influencers virtuales femeninas y representación de género: análisis de su imagen en Instagram*. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 1-22. <https://doi.org/10.31637/epsir-2025-568>