

Mostrarse: de la calcomanía turística a la historia en *Instagram*

Federico Juan Bauso Beltrán

<http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/4580>

Cita sugerida: Bauso Beltrán, F. (2018). Mostrarse: de la calcomanía turística a la historia en *Instagram*. *Question*, 1(58), e052. doi: <https://doi.org/10.24215/16696581e052>

Recibido: 01-02-2018 Aceptado: 14-03-2018

Mostrarse: de la calcomanía turística a la historia en *Instagram*

Show yourself: from the tourist sticker to the story on *Instagram*

Federico Juan Bauso Beltrán fedebauso@gmail.com

<http://orcid.org/0000-0002-1891-4068>

Facultad de Ciencias Sociales; Universidad de Buenos Aires/
Universidad Nacional de las Artes (Argentina)

Resumen

Desde una perspectiva crítica sobre el problema de la técnica, el artículo indaga sobre los cambios en las formas de presentación de sí, es decir, de las maneras de mostrarse a sí y a los demás en función de los regímenes de visibilidad que habilitan las nuevas tecnologías. Si en la última década del milenio la calcomanía fue por excelencia una de las modalidades del “haber estado ahí”, hoy *Instagram* se vuelve la atmósfera virtual de la presencia instantánea. Esta nueva práctica del mostrarse se lee aquí como el indicio de un problema social más general, el de las modificaciones en los dispositivos de subjetivación de las sociedades de control actual.

En la primera parte se describen las condiciones histórico-sociales que inscriben el problema de la técnica en el desarrollo de las sociedades postindustriales y sus mecanismos de poder-saber específicos.

En la segunda parte, se desarrollan los elementos centrales que caracterizan a los dispositivos tecnológicos actuales, propios de las sociedades de control, un régimen apoyado en tecnologías electrónicas que están a la mano en virtud de un hábito digital.

Palabras clave: Tecnología; sociedad; redes sociales; subjetividad.



Abstract

From a critical approach about problem of technique, this paper inquire about changes in the ways of presenting oneself, that is, ways to show yourself and the others according to visibility schemes that enable new technologies. If in the last decade of the millennium the *calcomanía* was par excellence one of the modalities of "having been there", today Instagram becomes the virtual atmosphere of instant presence. This new practice of showing oneself is read here as a sign of a more general social problem: variations in subjectivation devices of current societies of control.

First part is about socio-historical conditions in which it takes place the problem of technology in the development of post-industrial societies and their specific mechanisms of power-knowledge. Second part refers to characteristic central attributes of current technological devices, typical in control societies, a regime supported on electronic technologies that are within reach by virtue of a digital habit.

Keywords: Technology; society; social networks; subjectivities.

Acceso oeste a Buenos Aires, autopista, domingo de enero de 2018, 20 horas. El termómetro no cede los 30 grados y el movimiento de los vehículos coquetea con el embotellamiento cortazariano. Sin más, y tratando de que el contexto no quiebre su espíritu, Lalo comienza, de manera lúdica, a mirar con detenimiento a los automóviles que lo rodean. Colores, marcas, patentes. Traza hipótesis prejuiciosas: Audi y Toyota son marcas de sujetos carentes de solidaridad y empatía. Los Volkswagen Bora dan pirata del asfalto. Ese Ford Sierra indudablemente no paso la verificación vehicular ¿Quién aprobó las luces led en los autos? ¿Por qué los "alta gama" hacen uso y abuso de la banquina para evadir el tráfico? En ese movimiento de ideas y aburrimiento, convocan su atención los parabrisas traseros de los coches y arremete contra él un súbito recuerdo de infancia: los traslados vacacionales en la ruta 2 en contexto menemista. Yo visité Mar de Ajó, Aquarium, Parador Gándara, Las Leñas, Chango, Sobremonte Mar del Plata, etcétera. Las calcomanías o calcos inundaban los vehículos sin diferenciar modelos ni segmento de clase. Un collage con pinceladas de colores fluorescentes se distribuían en los vidrios polarizados, tonalizados y transparentes. Pero ya no. Cuatro carriles. Ninguna referencia turística. Tan solo un "Mundo Marino" resiste en un Fiat



Duna SL. Entonces, reflexiona y se pregunta ¿Qué desplazó a los calcos? Señales que se orientaban a que un otro circunstancial evidenciara los kilómetros y lugares acumulados por el automóvil propio. Acompañando a Lalo en el gesto nos interrogamos sobre qué sucedió en el orden social desde aquellos tiempos hasta hoy. A lo largo del artículo ensayaremos algunas aproximaciones a un fenómeno que, creemos, da cuenta de un movimiento social más general.

Técnica y progreso

Todo el tiempo y en todo lugar. La hipertrofia de la dimensión comunicacional (Pérez Tornero, 2000), que se evidencia hoy día, tiene raíces divergentes y profundas, lazos que se remontan al comienzo mismo de la variedad sapiens de los homínidos. Es el fotograma del antepasado empuñando un hueso, como arma o herramienta, de la película *2001: A Space Odyssey* de Stanley Kubrick. Es el desarrollo de la técnica a lo largo de la historia.

Más acá, son las múltiples tendencias que gestan la Modernidad, la Ilustración, como patrón socio-cultural y al industrialismo -y la metáfora mecánica- como signo de desarrollo; una era de revolución (Hobsbawn, 2009) que vehiculiza la transición del feudalismo al capitalismo como modelo de producción y el pasaje de la sociedad estamental a la de clases en occidente. Vocación de totalidad, promoción de lo estandarizado y expulsión de lo distinto. Una violencia que hace que todo resulte intercambiable, comparable y, por lo tanto, igual (Han, 2017). Fe ciega en el progreso de la humanidad como ley fundamental asentada en el conocimiento. Siguiendo al marqués Nicolás de Condorcet, la “esperanza en el porvenir de la especie humana puede reducirse a tres puntos importantes: la destrucción de la desigualdad entre las naciones, los progresos de la igualdad dentro de un mismo pueblo, y, en fin, el perfeccionamiento real del hombre” (1980: 225).

Noción de desarrollo, avance *sine qua non* de la especie que será analizada y puesta en discusión por los teóricos críticos de Frankfurt. Walter Benjamin, en su tesis nueve sobre el concepto de la historia, rememoraré el cuadro *Angelus Novus* de Paul Klee y argüirá que:

Se ve en él a un Ángel al parecer en el momento de alejarse de algo sobre lo cual clava su mirada. Tiene los ojos descajados, la boca abierta y las alas tendidas. El ángel de la Historia debe tener ese aspecto. Su cara está vuelta hacia el pasado. En lo que para nosotros aparece como una cadena de acontecimientos, él ve una catástrofe única, que acumula sin cesar ruina sobre ruina y se las arroja a sus pies. El ángel quisiera detenerse,



Federico Juan Bauso Beltrán. *Mostrarse: de la calcomanía turística a la historia en Instagram*

despertar a los muertos y recomponer lo despedazado. Pero una tormenta desciende del Paraíso y se arremolina en sus alas y es tan fuerte que el ángel no puede plegarlas. Esta tempestad lo arrastra irresistiblemente hacia el futuro, al cual vuelve las espaldas mientras el cúmulo de ruinas sube ante él hacia el cielo. Tal tempestad es lo que llamamos progreso (2007: 29).

El progreso como tragedia

Eric Hobsbawm compone, a modo de interrogante, la crisis en torno a la noción de progreso que se gesta en la primera posguerra: “¿a dónde se dirigía la humanidad después de 1914, en lo que parecían ser las ruinas irreparables del mundo decimonónico, en medio de guerras, revoluciones y desastres económicos?” (Hobsbawm, 2013: 173). Para él, el “templo del progreso” se seguirá sosteniendo sobre tres pilares: el avance de la ciencia, el capitalismo estadounidense y, para la Europa devastada y los países periféricos, “la esperanza de lo que podría traer la Revolución Rusa” (Hobsbawm, 2013: 174). El horizonte se angostó y lo que se planteaba como potencia devino, en términos técnicos, en falsa dicotomía: capitalismo racionalizado o planificación estatal soviética.

Transitada la segunda postguerra del siglo XX, Herbert Marcuse, en continuidad con los debates bosquejados por Benjamin, partirá de las sociedades industriales avanzadas (“sociedades no-libres”) para denunciar que, en ellas, el aparato productivo tiende a hacerse totalitario “en el grado en que determina, no sólo las ocupaciones, aptitudes y actitudes socialmente necesarias, sino también las aspiraciones y necesidades individuales”. Indicará que las tecnologías -así como la cultura de masas- servían para instituir “formas de control social y de cohesión social más efectivas y más agradables” (Marcuse, 1985: 27) y que el socialismo marxiano no representaba la negación del capitalismo por estar, su autor, muy ligado al concepto de continuo progreso (Marcuse, 1969). En relación, Paula Sibilia en *El hombre postorgánico*, y desde la perspectiva foucaultiana, afirma que han sido las sociedades capitalistas occidentales, con tres siglos de antigüedad, las que desarrollaron el abanico más amplio de técnicas para modelar cuerpos y subjetividades y que hoy, en la llamada “sociedad de la información”, estos influjos tienden a profundizarse (Sibilia, 2005).

De casa al trabajo y del trabajo a casa. Se sustrae de lo antedicho una situación transicional o de cambio ¿De dónde venimos? Trasvasamiento de una sociedad industrial cuyos mecanismos de poder y saber modelaban cuerpos y subjetividades a partir de técnicas disciplinarias



(arquitectura panóptica, la técnica de la confesión, la reglamentación del tiempo, etcétera) administradas por un conjunto de instituciones de “encierro” (fábricas, escuelas, hospitales, prisiones, etcétera) con la finalidad de sujetar a los sujetos a la norma mediante su autodomínio y configurando ciertas formas de ser mientras se restringían otras. Tecnologías de biopoder sobre las poblaciones (medurables mediante la estadística) y de anatomopolítica sobre los cuerpos dóciles y útiles que alimentaban la producción fabril y permitían la gestión calculada de la vida (Foucault, 2002).

Sociedad de control y hábito digital

Esta forma de organización social que venimos componiendo desde sus diferentes líneas directrices, que surgió en occidente cuando finalizaba el siglo XVIII, se desarrolló a lo largo del siglo XIX y alcanzó su apogeo en la primera mitad del siglo XX; comenzó a mutar hacia un nuevo tipo de capitalismo -transición que se acelera luego de la crisis económica de 1973- , postindustrial y globalizado. Un proceso “que tiende a la virtualización del dinero (y) parece desembocar de manera triunfante en Internet, la red mundial de computadoras” (Sibilia, 2005: 21). En su fase transnacionalizada, en última instancia, es el pasaje del yuppie de Wall Street - Gordon Gekko (1)- al emprendedorismo de Silicon Valley como paradigma del éxito (Steve Jobs, Bill Gates o, más acá, Marcos Galperin, CEO de Mercado Libre; el *self-made* que, a partir de una idea, funda una corporación). La primacía del *management*, el *coaching* y el ludismo en el ámbito laboral (Han, 2014). Un devenir en el que -como señala Deleuze en *Posdata sobre las sociedades de control-* el alma de la empresa reemplaza al producto, los servicios a la producción y el marketing, la publicidad y el diseño, las disciplinas de la comunicación (Deleuze, 1990); los nuevos dioses americanos (2) que modulan los cuerpos y subjetividades del siglo XXI.

Como señala Naomi Klein en *No Logo* (2002):

El antiguo paradigma era que todo el marketing consiste en la venta de productos. En el nuevo modelo, el producto siempre es secundario respecto al producto real, que es la marca, y la venta de la marca integra un nuevo componente que sólo se puede denominar espiritual. La publicidad es la caza de productos. La construcción de las marcas, en sus personificaciones más auténticas y avanzadas, es la trascendencia de la empresa (...) la marca como experiencia, como estilo de vida (p. 49).



En continuidad con lo antedicho, es importante historizar y rastrear las nociones en torno al rol social de la tecnología y el desarrollo para reflexionar no sólo sobre la ubicuidad contemporánea de las TIC y su impacto (Burbules, 2008) sino, también, sobre la legitimidad que las enviste (Galarza, 2006). Para esto, a su vez, deberemos delimitar algunos rasgos de la sociedad contemporánea que, a todas luces, se evidencia diferente de la industrial, reconvirtiendo paradigmas y lineamientos modernos y articulando nuevas lógicas y relaciones, sin caer en perspectivas integradas pero, tampoco, apocalípticas. Develar las ficciones-maestras (Tiqqun, 2016) que modulan (Deleuze, 1990) nuestros cuerpos y subjetividades. Además, se plantea importante explicitar que entendemos que los usos y desarrollos en el campo de las tecnologías están determinados por el devenir socioeconómico y no por factores intrínsecos a ellas. No concebimos una tecnología autónoma que, siguiendo sus propias leyes, se desarrolle con independencia de procesos históricos encarnados (Diéguez, 2005).

Crisis del modelo escolar tradicional, del sistema carcelario y hospitalario, trabajos flexibilizados, crisis de la familia convencional -biparental, matrimonial y con hijos biológicos-. Aún más, obtener sexo vía *Tinder*, orientación por *Google Maps*, música para cada estado de ánimo por *Spotify*, sostener vínculos familiares mediante *Whatsapp*, difusión de *flyer* político a través de *Facebook*, discusiones vía *Twitter*, cada práctica tiene una aplicación; tiempo continuo, comunicación permanente y desterritorialización. Es el pasaje de “¿me das tu teléfono?” a “¿tenés Instagram?”. “Espacios vivos que conectan todas las dimensiones de la vida de la gente” (Castells, 2012: 221). Inquiriendo el contexto se grafica la profundidad del cambio de régimen. Como hemos señalado, un tipo de organización social que se fue recortando durante las últimas décadas y que sostiene el modelo de vigilancia del orden anterior, de manera más intensa y sofisticada, pero que muta los tipos de cuerpos y subjetividades que produce, estimulando ciertas configuraciones e inhibiendo otras. A este “nuevo monstruo” Gilles Deleuze lo denominó “sociedades de control” (Deleuze, 1990),

un régimen apoyado en las tecnologías electrónicas y digitales” que se basa en el “capitalismo más desarrollado de la actualidad, donde rigen la sobreproducción y el consumo exacerbado, el marketing y la publicidad, los servicios y los flujos financieros globales. Y también la creatividad alegremente estimulada, 'democratizada' y recompensada en términos monetarios (Sibilia, 2009: 22).



Un ordenamiento en el que el carácter rígido y cerrado del formato de la reclusión no es funcional para las formas de producción inmatriciales y en red. Como delinea el filósofo surcoreano Byung-Chul Han (2014) “la libertad y la comunicación ilimitadas se convierten en control y vigilancia totales (...) Cuando apenas acabamos de liberarnos del panóptico disciplinario, nos adentramos en uno nuevo aún más eficiente” (p. 21) porque en lugar de constreñir al hombre con preceptos y prohibiciones se promueve que los sujetos se sometan por sí mismos; este poder complace, colma y seduce. Una técnica neoliberal prospectiva, permisiva y proyectiva que “quiere dominar intentando agradar y generando dependencias” (p. 30).

Mostrarse

En este régimen se privatiza el espacio público y se publicita lo privado, los muros de la escuela y el hogar se resquebrajan, no hay adentro ni afuera o, mejor dicho, todo es adentro. La conexión es todo el tiempo y en todo lugar. En esta sociedad “fascinada por la incitación a la visibilidad” se percibe un desplazamiento de la subjetividad moderna “interiorizada” a una subjetividad espectacularizada, en un contexto mediatizado. Es el discurso de la transparencia que avanza hasta el punto último de “desinteriorizar” a las personas (Han, 2014). Como manifiesta Paula Sibilia (2009):

Aparece un tipo de yo más epidérmico y dúctil, que se exhibe en la superficie de la piel y de las pantallas. Se habla también de personalidades alterdirigidas y no más introdirigidas, construcciones de sí orientadas hacia la mirada ajena o exteriorizadas, no más introspectivas o intimistas. E incluso se analizan las diversas bioidentidades, desdoblamientos de un tipo de subjetividad que se apuntala en los rasgos biológicos o en el aspecto físico de cada individuo. Por todo eso, ciertos usos de los blogs, fotologs, webcams y otras herramientas como MySpace y YouTube, serían estrategias que los sujetos contemporáneos ponen en acción para responder a estas nuevas demandas socioculturales, balizando nuevas formas de ser y estar en el mundo (p. 28).

Una cultura de la imagen en la que cobra primacía el mostrarse a través de la performance (Sibilia, 2009) en redes sociales como *Instagram*. Soy lo que muestro: “Hoy se entrena #Outfit #Fitness”. Mi cotidiano es lo que muestro: “Atardecer en el palmar de Colón #Palmeras #Vacaciones #Lifestyle”. Ya en los sesenta, Guy Debord anunciaba que “toda la vida de las



sociedades en las que dominan las condiciones modernas de producción se presenta como una inmensa acumulación de espectáculos. Todo lo que era vivido directamente se aparta en una representación” (2007: 24). El autor entenderá al espectáculo como “una relación social entre personas mediatizada por imágenes” (Ibídem: 25). Goce de la representación por sobre el goce de la experiencia. Ya no más vivencias byronianas de contemplación con el lugar sino tomas y ángulos para obtener la mejor fotografía con filtrado profesional: “Acá, en el Cristo Redentor #Cristo #RiodeJaneiro #Omaisgrandedomundo”.

Mostar y mostrarse en las redes sociales como formas de reafirmar el yo en el marco de un modo de producción capitalista donde, como señala José Van Dijck (2016) en *La cultura de la conectividad* los principios económicos neoliberales se tornan fundantes y el consumidor y su práctica eje ordenador. En este contexto, como consigna Susan Sontag (2006)

la razón última de la necesidad de fotografiarlo todo reside en la lógica misma del consumo. Consumir implica quemar, agotar; y por lo tanto, la necesidad de reabastecimiento. A medida que hacemos imágenes y las consumimos, necesitamos aún más imágenes; y más todavía (p. 250).

Para qué un calco emplazado si se dispone de la potencia de *Facebook*. La necesidad biológica del receso vacacional de la fuerza de trabajo se mixtura con la espectacularización de la vida. Si una ensalada, en tiempos de *Instagram*, se torna acontecimiento y fenómeno estético, la torre Eiffel hace las veces de falo turístico virtual. Este devenir es la profundización de una tendencia destacada por Debord en los sesenta. De esta forma, el autor arguye que el turismo,

la circulación humana considerada como consumo, (...) se reduce fundamentalmente al ocio de ir a ver aquello que ha llegado a ser banal. La organización económica de la frecuentación de lugares diferentes es ya por sí misma la garantía de su equivalencia. La misma modernización que ha retirado del viaje el tiempo le ha retirado también la realidad del espacio (Debord, 2007: 110).

Como constructo tecnocultural y como estructura socioeconómica, entendemos que *Instagram* vehiculiza de manera eficaz múltiples tendencias que venimos describiendo con epicentro en el abordaje de la realidad a través del lente fotográfico, el turismo cotidiano y la constitución de las subjetividades contemporáneas. Entonces, si en otro tiempo no muy lejano nuestra forma de mostrarle al otro periférico que hemos viajado se encarnaba en el acopio de calcomanías en



el parabrisas trasero del automóvil (“Yo visité Mar de Ajó”), y al otro cercano en el álbum fotográfico recién revelado; hoy vehiculizamos esta necesidad de constituir nuestro yo a través de la mirada del otro a partir de las redes sociales erigiendo cotidianidades “filtradas” y fisonomías idealizadas. Todo desayuno se transforma en hecho estético, todo árbol o reja. Y así, día tras día, nos construimos en un palimpsesto de imágenes virtuales. Como señala Sontag (2006):

Una sociedad capitalista requiere una cultura basada en las imágenes. Necesita procurar muchísimo entretenimiento con el objeto de estimular la compra y anestesiar las heridas de clase, raza y sexo. Y necesita acopiar cantidades ilimitadas de información para poder explotar mejor los recursos naturales, incrementar la productividad, mantener el orden, librar la guerra, dar trabajo a los burócratas. Las capacidades duales de la cámara, para subjetivizar la realidad y para objetivarla, sirven inmejorablemente a estas necesidades y las fortalecen. Las cámaras definen la realidad de dos maneras esenciales para el funcionamiento de una sociedad industrial avanzada: como espectáculo (para las masas) y como objeto de vigilancia (para los gobernantes). La producción de imágenes también suministra una ideología dominante. El cambio social es reemplazado por cambios en las imágenes. La libertad para consumir una pluralidad de imágenes y mercancías se equipara con la libertad misma (p. 249).

En esta constante del mostrarse, la ortopedia disciplinaria es reemplazada por la cirugía embellecedora y el *fitness*, la disciplina cede ante la estética y, en este movimiento, se comienza a rastrear las “psicotecnologías” del “psicopoder” contemporáneo (Han, 2014). La “psicopolítica” se “apodera de la emoción para influir en las acciones a este nivel prerreflexivo (semiinconsciente, corporalmente instintivo de la acción). Por medio de la emoción llega hasta lo profundo del individuo” (Han, 2014: 75). Han menciona al *smartphone* como un objeto digital de devoción de la sociedad contemporánea que se gesta con el fin de someter; materializar y estabilizar el dominio. “Cuando hacemos clic en el botón de me gusta nos sometemos a un entramado de dominación” (p. 26). Devoción como entrega total a lo digital: “El smartphone no es solo un eficiente aparato de vigilancia, sino también un confesionario móvil. Facebook es la iglesia, la sinagoga global (literalmente, la congregación) de lo digital” (Han, 2014: 26). En estas sociedades de control, la creencia en la cuantificabilidad y la mensurabilidad de la vida se torna hegemónica #BigData.

Conclusiones



Hemos descripto una ubicuidad tecnológica conectiva multicausal, que condiciona al sujeto y sus expresiones modulando nuevas formas de (auto) control social agradando, brindando confort y generando dependencia. *Smartphones* y redes sociales desdibujan los límites entre el mundo virtual y material en un “estar” permanente. Un emplazamiento estable, continuo, almacenable y analizable. A través del *Big Data*, el uso de algoritmos para predecir conductas y construir publicidades y propaganda política a medida no son ficciones distópicas.

Subsumidas nuestras cotidianidades en entornos virtuales, se vislumbra dificultoso pensar nuestras prácticas desligadas de las redes sociales e Internet. Mientras cenamos y miramos *Twitter* o disfrutamos cada lunes nuestros “descubrimientos semanales” en *Spotify*, mientras “ganamos” tiempo enviando correos desde un medio de transporte público o compramos los regalos de cumpleaños en *Ebay*; nos digitalizamos, componemos nuestro perfil, gusto y devenir en un confortable somier virtual dominado por un tejido corporativo cuyo horizonte es la acumulación de capital. En este sentido, el contenido fotográfico y audiovisual

se volvió un instrumento fundamental para la recolección automatizada de información acerca de relaciones sociales significativas, impulsada por preguntas como quién comparte qué imágenes con quién, qué imágenes o videos son populares entre qué grupos y quiénes son los formadores del gusto dentro de estas comunidades (Van Dijck, 2016: 31).

Pero además, y en una mirada nostálgica que no intenta abordar el eje moral, vamos perdiendo lo anatómico de las prácticas: ir a una tienda, enviar una carta, poner un LP, revelar una foto, pegar una calcomanía.

Notas

(1) *Wall Street*, película de Oliver Stone de 1987 en la que se refleja la dinámica de Wall Street y sus agentes en el contexto del auge del capital financiero mundializado. “La cosa más valiosa del mundo es la información, ¿no te parece?”, dirá el inversionista Gekko. Pressman, E. (productor) y Stone, O. (director) (1987). *Wall Street*. Estados Unidos.

(2) Referencia a la novela de Neil Gaiman, *American Gods*, en la que los viejos dioses, comandados por Odín etablan una guerra contra las nuevas deidades, manifestaciones de la tecnología moderna.

Bibliografía



- Benjamin, W. (2007). *Sobre el concepto de Historia. Tesis, apuntes, notas, variantes*. Buenos Aires: Piedras de Papel.
- Burbules, N. (2008). Riesgos y promesas de las TIC en la educación. ¿Qué hemos aprendido en estos últimos diez años? En *Las TIC: del aula a la agenda política* (pp. 31-44). Buenos Aires: UNICEF.
- Castells, M. (Ed.). (2006). *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Alianza editores.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de Internet*. Madrid: Alianza editores.
- Condorcet, N. (1980). *Bosquejo de un cuadro histórico de los progresos del espíritu humano*. Madrid: Editora Nacional.
- Debord, G. (2007). *La sociedad del espectáculo*. Rosario: Kolectivo Editorial "Último recurso".
- Deleuze, G. (1990). *Posdata sobre las sociedades de control*. Recuperado de <https://bit.ly/1SfdF0C>
- Diéguez, A. (2005). *El determinismo tecnológico: indicaciones para su interpretación*. Recuperado de <https://bit.ly/2pZ51wG>
- Foucault, M. (2002). *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión*. Buenos Aires: Siglo XXI editores.
- Gainman, N. (2016). *American Gods*. Buenos Aires: Roca Editora de Libros.
- Galarza, D. (2006). Las políticas de integración de las TIC en los sistemas educativos. En Palamidessi, M. (Ed.). *La escuela en la sociedad de redes* (pp. 33-49). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- Han, Byung-Chul (2014). *Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Buenos Aires: Herder.
- Han, Byung-Chul (2017). *La expulsión de lo distinto*. Buenos Aires: Herder.
- Hobsbawn, E. (2009). *La era de la revolución*. Buenos Aires: Crítica.
- Hobsbawn, E. (2013). *Un tiempo de rupturas: sociedad y cultura en el siglo XX*. Buenos Aires: Crítica
- Klein, N. (2002). *No Logo: el poder de las marcas*. Buenos Aires: Paidós.
- Marcuse, H. (1969). *El fin de la utopía*. Buenos Aires: Siglo XXI editores.
- Marcuse, H. (1985). *El hombre unidimensional*. Barcelona: Planeta Agostini.
- Sibilia, P. (2005). *El hombre postorgánico*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución - No Comercial - Sin Derivar 4.0 Internacional

Federico Juan Bauso Beltrán. Mostrarse: de la calcomanía turística a la historia en Instagram

Sibilia, P. (2009). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Sontag, S. (2006). *Sobre la fotografía*. México: Alfaguara.

Tiqun (2015). *La hipótesis cibernética*. Buenos Aires: Hekht Libros.

Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad*. Buenos Aires: Siglo XXI editores.