

## **Imágenes y textos en la creación de sí: el caso de los blogs**

Gabriela Samela

Becaria doctoral – Facultad de Ciencias Sociales – UBA

gsamela@speedy.com.ar - g.samela@yahoo.com.ar

### **Resumen**

La experiencia social contemporánea está signada por la dinámica y flexibilidad de las comunidades e identidades. Las imágenes adquieren un valor preeminente en la vida cotidiana y las subjetividades y las relaciones se constituyen entre y con imágenes (Dipaola, 2010). En este contexto, continuando con la investigación sobre las **autonarrativas** en Internet que venimos realizando como parte de los proyectos UBACYT “Estéticas de la Comunicación Visual”, encontramos en el estudio de un corpus de blogs que la autonarratividad se construye en la red como yuxtaposición de materias expresivas, con la lógica de la postproducción (Bourriaud, 2007). Sin embargo, la apropiación y reinterpretación del repertorio de imágenes y textos disponibles en el ciberespacio, la reprogramación de lo existente como parte de la creación del sí mismo, se produce en tensión con los formatos estandarizados que imponen las aplicaciones para publicar en la web.

### **Introducción**

Las experiencias sociales que tienen lugar en Internet, soporte de flujo, circulación e interacción en red de múltiples materias expresivas, deben comprenderse como expresión y parte constitutiva de las socialidades contemporáneas que, según describe Dipaola (2010), a la luz de los cambios políticos, económicos, sociales y culturales propios del contexto de la globalización, están signadas “por la dinámica y flexibilidad de las comunidades y de las identidades” (p. 26).

Como parte de los múltiples cambios acontecidos a lo largo del siglo XX, el desarrollo de una nueva configuración perceptual, que implicó la multiperspectiva ambiental y un sistema sincrónico de representación frente al ordenamiento espacio temporal propio de la época

burguesa clásica (Lowe, 1986) acompañó el avance de la proliferación y circulación de imágenes en la era del consumo.

Este proceso de estetización de la vida cotidiana se da, para Featherstone (2000) en tres sentidos: uno es el del borramiento que las vanguardias históricas intentaron de la frontera entre vida cotidiana y arte y otro refiere al proyecto de hacer de la vida una obra de arte, que el autor rastrea en las contraculturas artísticas e intelectuales de fines del siglo XIX y que pone en relación con el desarrollo del consumo masivo en general, la búsqueda de nuevos gustos y sensaciones y la construcción de estilos de vida distintivos en la cultura de consumo. Por último, incluye el sentido que remite “al rápido flujo de signos e imágenes que satura la trama diaria en la sociedades contemporáneas” (p.120).

En tanto soporte, encuentro que Internet condensa tanto los nuevos estándares perceptivos como la dinámica de circulación de imágenes propia de la vida cotidiana estetizada. Su lógica es la de las múltiples yuxtaposiciones. En el involuntario collage al que remiten las ventanas que se abren unas sobre otras, conviven e interactúan distintas materias expresivas: textos, imágenes y sonidos fijos o animados, producidos o reproducidos, programados o inactivos. Las dimensiones espacio-temporales virtuales evocan un espacio sin límites aparentes (el hiperespacio) y un tiempo que es pura sincronidad, actualización permanente.

Siguiendo a Machado (2000), el soporte informático presenta, al menos, una característica que le es específica y que podríamos ver como novedad: reunir en un único soporte al conjunto de los medios de comunicación y atraer en su recepción a muchos sentidos. Y esto “lo hace de manera integral, de manera que textos escritos y orales, imágenes fijas y en movimiento, sonidos o ruidos, gestualidad, texturas y toda suerte de respuestas corporales se combinan para constituir una modalidad discursiva única y holística” (p. 31).

Los flujos y redes que Internet soporta son escenario, también, de la construcción en circulación de las subjetividades contemporáneas. En este contexto, me propuse estudiar las autonarrativas online en un corpus de blogs, entendidas éstas en tanto expresión / producción de sensaciones, memoria, afectividad, conocimientos, opiniones e interpretaciones enunciadas

desde la primera persona e insertas en el “modo dialógico de interacción que se produce en el ciberespacio” (Machado, 2009, p. 205)<sup>1</sup>.

Al pensar las autonarrativas desplegadas en un conjunto de weblogs desde el marco de las socialidades propias de los tiempos contemporáneos, puede cuestionarse el sentido común que indica que en Internet se construyen identidades virtuales por oposición a las “reales” y que las subjetividades online no son otra cosa que la representación que de sí mismo hacen los sujetos en los modos narrativos posibilitados por el soporte.

Me interesa sostener que, antes que como representación, las autonarrativas en Internet pueden pensarse como parte del proceso de construcción del sí mismo como imagen para intercambio y consumo.

El valor preeminente de las imágenes y de su circulación en la vida social y cotidiana, lleva a Dipaola a afirmar que “convivimos *entre* imágenes y nos hacemos *con* las imágenes” (2011, p. 70)<sup>2</sup> y a proponerse la tarea de pensar lo “imaginal”, como confluencia de lo social y las imágenes, para abordar críticamente las nuevas experiencia de sentido de la vida presente (Ibid, p. 70).

Estas imágenes deben considerarse en su condición creativa: “las imágenes no son lo real, sino su doble, esto es: crean lo real como imagen” (Ibid, p.75).

Las individualidades son constituidas por los estilos de vida y se intercambian como productos en las relaciones prácticas, lo que produce una flexibilización de las identidades y una dinamización de los espacios comunitarios (Dipaola, 2010).

Las autonarrativas presentes en Internet, entonces, pueden pensarse como parte de los procesos de construcción de identidades y socialidades en el presente, en su dimensión imaginal, en el contexto de la estetización de la vida cotidiana, donde el ocio, las modas o el turismo se constituyen en experiencias culturales capaces de dar significado a los vínculos entre personas y producir estilos de vida (Dipaola, 2011).

De esta forma, se modifican las vivencias y expresiones de la subjetividad que se erige, junto con sus relaciones, como “una novedosa composición de los social mediante imágenes” (Ibid,

---

<sup>1</sup> En particular, me interesan las relaciones y tensiones entre las autonarrativas y las estructuras infocomunicacionales “tradicionales”.

<sup>2</sup> Todas las itálicas en los textos citados corresponden a subrayados de los autores en los originales.

p.70). En este sentido, las autonarrativas que se desarrollan en los weblogs pueden verse como los modos expresivos en que estas subjetividades se construyen como imagen en circulación en el marco de la sociedad de consumo. “El lugar de la producción es ahora el de la producción del propio individuo como identidad que puede y debe ser consumida en las relaciones sociales” (Ibid, p. 71).

Con la preponderancia de la circulación y consumo propia de la experiencia social contemporánea, adquieren centralidad los flujos y redes. No hay, entonces, identidades fijas, dadas. Para Brea (2007) se trata de un cambio fundamental en el propio sentido de cultura, energía simbólica que abandona su carácter rememorante para volverse productiva, relacional:

“Nada hay *auténtico* frente a *simulado*: todo es *producido* en el curso de procesos de flujo, de operaciones secuenciales que van cristalizando desarrollos mutuamente conjugados” (p.21).

Las nuevas herramientas tecnológicas, con su capacidad de interconectar datos, con su arquitectura relacional, son, para el autor, un “factor desencadenante”<sup>3</sup> de la “cultura\_RAM”, que implica una “memoria red” que:

“se dispersa y clona en todas direcciones, se reproduce y *distribuye* vírica a toda su red de lugares, difundida como onda y eco, deslocalizada en una multiplicidad de no-lugares, hacia los que fluye (y desde los que refluye) activamente y en *tiempo real*” (p.5).

El hacer del sujeto en la cultura\_RAM es hacerse a sí mismo, producirse en el producir:

“un dejarse *advenir*, *caer*, allí donde tiene lugar sus propias prácticas – intelectivas o afectivas, productoras de sentido o emotividad, conocimiento o pasión” (p.103).

Lo puesto en circulación y difuminado en las redes de Internet, entonces, son subjetividades que se instituyen, individual o colectivamente, en el darse a consumo como imágenes, que en ese darse se confirman y modifican.

---

<sup>3</sup> Aunque, aclara Brea, “resultaría muy difícil decidir si ha hecho falta que primero (...) se produjera ese cambio antropológico profundo del significado de nuestra idea de *cultura* (...) para qué –sólo luego- pudiéramos darnos cuenta de que el verdadero potencial del ordenador no era tanto ‘almacenar más en emonos’, sino algo mucho más decisivo: interconectar y distribuir (...) los conocimientos existentes...” (p. 6)

Desde esta mirada y potencialmente, Internet parecería un campo de infinita exploración. Sin embargo, este carácter autorreferencial de la producción de las subjetividades no puede pensarse en términos abstractos, como una individualidad que se autorrealiza más allá de las circunstancias sociales. Estamos frente a una construcción que se produce y confirma en las relaciones sociales, entre los límites y presiones, por caso, de las estructuras infocomunicacionales que modelan el soporte.

En en plano estético, por ejemplo, las potencialidades del soporte no evitaron que la red haya normalizado una estética homogénea y uniforme dominada por el estilo universal y neutro del diseño web (Alonso, 2000).

### **La construcción del sí mismo**

La centralidad de los sujetos que se autonarran en Internet fue tematizada por Sibilia (2008) en términos de un “show del yo”. Frente a la interioridad propia del *homo psychologicus* de la época burguesa se erige la exterioridad de las subjetividades en los tiempos contemporáneos, acicateada por “la lógica de la visibilidad y el mercado de las apariencias” (p.58) propias de la espectacularización de la intimidad cotidiana. Así, dice Sibilia, la subjetividad “deberá estilizarse como un personaje de los medios masivos audiovisuales” (p.61).

Sin embargo, de manera más amplia, la identidad es siempre construida en la narrativización del sí mismo, sea éste individual o colectivo (Arfuch, 2005) y los flujos de circulación del yo en construcción no necesariamente coinciden con las lógicas de lo espectacular, como si la visibilidad se agotara en el *broadcast*.

Desde el punto de vista desarrollado en la introducción, las autonarrativas en Internet pueden pensarse como parte del proceso de constitución de ese sí mismo como imagen para intercambio y consumo en las relaciones sociales.

En primer lugar, me interesa puntualizar dos características como constitutivas de las autonarrativas bloggers: la narrativa en “tiempo puntillista” (Maffesoli, 2001; Bauman, 2008) y el recurso de la “postproducción” (Bourriad, 2007).

En el corpus trabajado<sup>4</sup>, se observa una serie de elementos de navegación que hacen estallar el sentido de linealidad cronológica. Por empezar, es siempre el último post (artículo) el que aparece en primer lugar en el orden de lectura de la pantalla. Así, aún una lectura que no “vagabundeara” por el laberinto hipertextual (Cuesta y Zelcer, 1998) reconstruiría el relato en orden cronológico inverso: del presente al pasado. A este “desorden” en la lógica temporal, hay que sumarle las barras y menús de navegación, las etiquetas, el blogroll, y los enlaces dentro de los posts o de los comentarios, que ya de por sí actúan interrumpiendo el flujo narrativo lineal, sumando otras voces a la voz del autor:

1) Todos los weblogs que integran el corpus presentan algún menú de navegación. Así, la lectura puede ser hecha en secuencias diferentes a la propuesta por la cronología de la escritura. Los elementos más recurrentes en estos menús son: la lista de los últimos comentarios publicados, que no coinciden con el orden de publicación de los posts por lo que derivan hacia cualquier punto de la cronología; el archivo, que organiza los contenidos por año y dentro del año, por mes, de manera que el lector puede saltar al punto cronológico que prefiera; secciones, que organizan el material temáticamente; buscador, a través del cual se accede al contenido relacionado con alguna búsqueda específica del lector. Además, estas barras de navegación también permiten la salida hacia otros sitios.

2) Las etiquetas, palabras claves asignadas en este caso a un post, agrupan lo publicado en un sentido temático. Las etiquetas son elegidas de manera personal por el autor del blog y no existe un esquema de clasificación previo, ya que las puede ir agregando según lo desee.

3) El blogroll es una lista de enlaces hacia otros weblogs. Desde la aparición de los primeros blogs, los propios bloggers se han constituido en los principales lectores de estos medios. Así, los enlaces cruzados entre weblogs constituyen redes vinculadas por intereses o temáticas comunes. Todos los weblogs estudiados incluyen este tipo de enlaces.

4) Por último, en el contenido mismo de los posts<sup>5</sup> se incluyen enlaces hacia otros sitios, weblogs y contenidos varios en Internet. Muchos artículos se constituyen como comentarios o

---

<sup>4</sup> El corpus está constituido por lo publicado durante el año 2009 por un conjunto de weblogs argentinos que se categorizaron como “personales”, “artísticos” y “periodísticos”. Para este trabajo se hace referencia en el análisis al conjunto de los weblogs “personales”.

<sup>5</sup> Los *posts* son los artículos que se van publicando en el cuerpo del blog. El término también se traduce como “entrada”.

simple reproducción de otras publicaciones, a las que citan por medio de enlaces. Al respecto, Estalella (2005) describe a la práctica del weblogging como un género de escritura referencial, que establece jerarquizaciones temáticas a partir de la visibilidad que alcanzan determinados contenidos en este sistema de citas y referencias en red. Así, además de fragmentarse la lectura del Weblog como organización cronológica, también una entrada o post abre la deriva hacia otros sitios e interrumpe el relato, fragmentando el fragmento.

Puede observarse, entonces, en las autonarrativas que componen los weblogs, una temporalidad marcada por rupturas y discontinuidades sobre un presente continuo, el que se actualiza cada vez que un contenido se hace presencia en la pantalla. En este sentido, las autonarrativas se constituyen en el modelo puntillista del tiempo (Maffesoli, 2001), propio de las actuales sociedades de consumo.

“El tiempo puntillista es más prominente por su inconsistencia y su falta de cohesión que por sus elementos cohesivos y de continuidad”, explica al respecto Bauman (2008, p. 52). Se trata de una “multitud de instantes eternos”, de “mónadas cerradas sobre sí mismas” (Ibid), como sucesión de eventos, incidentes, accidentes, episodios, que resultan de la estructura fragmentada de las autonarrativas en los weblogs y, por extensión, en las redes del ciberespacio. Porque, así como al interior de un weblog la continuidad narrativa sólo está dada en la sucesión episódica que establece un recorrido de lectura en la deriva de los hipervínculos, puede llegarse a cualquier fragmento de esa narrativa desde un punto cualquiera de la red, por fuera del contexto del weblog, como respuesta de un buscador, como enlace en otro sitio, como parte de un lista en un directorio temático, por medio de la sindicación que convierte a la bitácora en fuente de contenido para otro sitio, etc.

Sólo falta decir que, además, el tiempo cronológico de una vida en progreso carece de sentido en el caleidoscopio de géneros y estilos en el que cada weblog se difumina. Aún en aquellos weblogs que se definen como personales, el recorrido puede pasar del relato de una anécdota a una sentencia moral; de la recomendación o crítica, a la cita textual. Y de un tema a otro, incesantemente.

En un sentido, la producción de un weblog tiene las características de una “postproducción”, en términos Bourriaud (2007). Pensando el trabajo artístico, el autor señala que:

“un número cada vez mayor de artistas interpretan, reproducen, reexponen o utilizan obras realizadas por otros o productos culturales disponibles. (...) Podríamos decir que tales artistas que insertan su propio trabajo en el de otros contribuyen a abolir la

distinción tradicional entre producción y consumo, creación y copia, *ready-made* y obra original” (p. 7).

Lo que se elabora no tiene como punto de partida una “materia prima”, sino que se trabaja con objetos que ya están circulando en el mercado cultural (Ibid, p.8). De la misma forma, la mayor parte de lo que se publica en Internet es reelaboración de algo ya existente.

En los weblogs, específicamente, recortes del material circulante en la web (muchos de ellos, a su vez, “recortados” de otros soportes) son insertados en el contexto de la autonarrativa: la cita, la reproducción, el recorte y el reenvío de textos, imágenes y sonidos, son operaciones frecuentes. Disponer de los materiales que se encuentran en la web (o fuera de ella) es parte constitutiva del estar en Internet.<sup>6</sup>

En su blog “Nube de agua”<sup>7</sup>, Flor reúne la letra de una canción con una foto y así compone su post “Pájaro que da cuerda al mundo”. O a una fotografía propia la comenta con una letra de otro e incluye el tema, que puede escucharse mientras se lee el texto, como en “luna de cosecha”<sup>8</sup>.

En “taquetepariocarajo”<sup>9</sup>, el blog de Nene, las fotos de otros ilustran poemas propios o son motivo o disparadores o funcionan como una apostilla a sus reflexiones.

Mientras que en el primer caso cada material es usado citando a sus autores, en el segundo no hay referencia alguna a la autoría de las imágenes y los textos utilizados, lo que vuelve ambigua la cuestión de qué parte de los materiales es de producción propia.

Por último, encontré que un aspecto central en la construcción del yo en estas autonarrativas son los consumos culturales de los autores: citados, referenciados, comentados, criticados o simplemente mostrados, los consumos culturales (música, películas, literatura, fotografía, ciudades –viajes-, programas de televisión, artículos de la prensa, deportes y consumo de tecnología, los más recurrentes) aparecen como marcas de las identidades flexibles, como señales de estilo que individualizan y a la vez vinculan las subjetividades en las redes.

---

<sup>6</sup> Los movimientos colaborativos o a favor del *copy left* tematizan y muchos bloggers toman parte activa en estos procesos.

<sup>7</sup> <http://nubedeagua.blogspot.com.ar>

<sup>8</sup> Cuando se citan fragmentos de posts se respeta la ortografía original.

<sup>9</sup> <http://taquetepariocarajo.wordpress.com/>



En el encabezado del weblog que publica Taleb se lee, a manera de título general de la publicación, “Un lugar donde dejo parte de lo que soy, que no es mucho...”<sup>10</sup> Lo que “es”, que no es mucho, pero que se ofrece a los demás en el espacio del weblog está principalmente constituido por sinopsis de películas (no comentadas), reproducción de fotografías e imágenes y letras de canciones. La primera persona aparece en los relatos de sus viajes, ilustrados por fotos, y, esporádicamente, en reflexiones sobre sí mismo, como en “Me llaman antisocial”.

Otro ejemplo es el del blog “El no soy lo que debería”<sup>11</sup>. Allí, Sostienenilda estructura parte de sus narraciones a partir de las reflexiones o comentarios sobre sus consumos culturales:

“Parece que me gustan las películas que tratan del paso de la infancia (paraíso perdido) a la pubertad. En este, mi blog, hable de mi preferida, Stand by me, recuerdo especialmente Verano del 42, y entre otras tiene un lugar Esperame Mucho” ... (en “La mirada de la pubertad”).

“en este mismísimo blog en las primeras entradas está el iutub del increíblemente bizarro policía anti hippie que hace capusotto. (el gipi es puto) pero como siempre, la realidad supera la ficción. Unos amigos del virtualmundo (salu Tito deMoron) de mágicas ruinas, colgaron un texto de una revista prestigiosa, Primera Plana, de 1968 Paso a copiar.” (en “el Hippie montonero, primera plana y el policía Capusotto”).

Los consumos culturales son, así, insumos que hacen a uno lo que es y que construyen la propia mirada sobre el mundo.

### **Tensiones en la creación de sí**

Todos estos rasgos – tiempo puntillista y fragmentación; postproducción y centralidad de los consumos culturales- forman parte de lo que Harvey entiende como un cambio profundo en la estructura de sentimiento que está en proceso en los tiempos contemporáneos (2008).

Como se señaló en la introducción, en el contexto actual los factores culturales, el ocio y el consumo han cobrado creciente importancia en relación con las formas de comunidad e identidad colectiva. Lash y Urry señalan que imágenes, sonidos y narraciones constituyen “la otra cara de nuestra economía de signos” (1998, p.167). Así como, por un lado, son parte de la

---

<sup>10</sup> <http://taleb.blogspot.com>

<sup>11</sup> <http://elnoyloquedeberia.wordpress.com/>

propiedad intelectual mercantilizada de las industria culturales y en ese sentido pertenecen al montaje del poder pos-industrial, por otro “abren espacios virtuales y reales para la popularización de la crítica estética de ese mismo complejo poder/conocimiento” (Ibid, p. 168).

Esta popularización de la crítica estética está presente en los weblogs tanto en la forma de una crítica explícita y conciente de un determinado producto cultural, como en la apropiación de ese material para su reelaboración y uso, a la manera, ya mencionada, de postproducción.

Sin embargo, la reelaboración de materiales se produce en un amplio contexto de producción estandarizada de contenidos dentro y fuera del soporte. Al mismo tiempo, lo que es pensado como una de las grandes revoluciones de Internet como medio de comunicación, la posibilidad de que el “público” se convierta en “productor”, depende de una serie de herramientas que facilitan la creación y manipulación de las materias expresivas, así como su publicación en ese soporte específico.

Si bien es cierto que la popularización de la producción en el mismo soporte en el que circulan las narrativas de los grandes emisores institucionales necesita de herramientas que lo faciliten, esas mismas herramientas restringen los usos potenciales del soporte. Por eso, cabe preguntarse qué consecuencias tiene que las autonarrativas que circulan en Internet se produzcan dentro de los límites de las herramientas y los formatos que predeterminaron las necesidades de la industria de los contenidos y del software.

En el caso específico de los weblogs, las plantillas de publicación acotan las posibilidades expresivas, acotadas a marcos prefijados y a diseños estándar. Esta característica se agudiza en el paso de la autonarratividad hacia las plantillas de publicación de las redes sociales, donde los límites – de extensión de los textos, tamaños y calidades de las imágenes, organización de los materiales en el espacio de las páginas y movimiento dentro de ellas – se vuelven aún más estrictos.

Es en el campo artístico donde se producen, en cambio, apropiaciones del soporte que, incluso, llegan a entrar en tensión con la programación del software e, incluso, con las limitaciones del hardware. En este sentido, Machado se pregunta sobre el artista frente a la máquina: ¿en qué nivel de competencia tecnológica debe operar? ¿como usuario? ¿como ingeniero o programador? ¿o en el plano de la negatividad, desmantelando la racionalidad inscrita en las máquinas? (2000:18) .

Kozak señala una respuesta al analizar las blogopoéticas visuales “cuando la creación de nuevas formas en el mundo se somete al automatismo de la aplicación (...) la dimensión instrumental queda privilegiada”. (2008:16)

En el terreno artístico:

“cuando el trabajo con técnicas heredadas no se cuestiona, el resultado suele considerarse tradicional, conservador, o, incluso, anti-experimental; en cambio, cuando el arte exhibe en su trabajo técnico el propósito de cuestionar esas técnicas heredadas, el resultado es un arte experimental” (p.18).

En el caso de los blogs “es claro que el programa predetermina las opciones (como todo programa pero forma mucho más evidente)” (p.21).

Así, entonces, el modo de producción de sí expresado en las autonarrativas en Internet atraviesa y es atravesado por esta tensión entre potencialidades y estandarización, entre identidades flexibles y estructuras institucionales que las fijan o intentan fijarlas.

Entre esas tensiones aparece una interactividad diversa que excede los marcos que han contribuido a prefigurar hasta ahora los medios de comunicación tradicionales en Internet. No sólo las socialidades contemporáneas son construidas dentro de los límites fijados por las estructuras infocomunicacionales, sino también, y al mismo tiempo, contra ellos.

Pero lo que es visto como el comportamiento ciertamente más activo de los usuarios de Internet con respecto a los medios tradicionales de comunicación no está determinado por las cualidades del medio, sino que expresa, sobre todo, el punto de intersección entre un instrumento más apto para canalizar la pluralidad y la disidencia y un sistema de valores y representaciones en crisis.

## **Bibliografía**

Alonso, Rodrigo (2000) “La balada del navegante”. En *De la pantalla al arte transgénico*. Jorge La Ferla, comp. Libros del Rojas –Universidad de Buenos Aires.

Arfuch, L. (2005). Problemáticas de la identidad. En L. Arfuch (Comp.) *Identidades, sujetos y subjetividades* (pp. 21-43). Buenos Aires: Prometeo.

Bauman, Zygmunt (2008). *Vida de consumo*. Buenos Aires: FCE.

Bourriaud, N. (2007). *Postproducción. La cultura como escenario: modos en que el arte reprograma el mundo contemporáneo*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo editora.

Brea, José Luis (2007). *Cultura\_RAM. Mutaciones de la cultura en la era de su distribución electrónica*. Barcelona: Gedisa.

Cuesta, Andrés y Zelcer, Mariano (1998). “El diario en la pantalla. La transposición de los periódicos a Internet”. Cuartas Jornadas de Investigadores de la Cultura, Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

Dipaola, Esteban (2010). “Socialidades contemporáneas: dinámica y flexibilidad en relaciones comunitarias e identitarias”. En: *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas* Vol. 26, N°2, EMUI Euro-Mediterranean University Institute – Universidad Complutense de Madrid – Publicación asociada a la revista *Nomads. Mediterranean Perspectives*, pp. 159-185.

Dipaola, Esteban (2011). “La producción imaginal de lo social: imágenes y estatización en las sociedades contemporáneas”. En: *Cadernos Zygmunt Bauman*, v1, n.1, p.68-84, Jan/2011.

Estalella, A. (2005). Anatomía de los blogs. La jerarquía de lo visible. En *Telos*, N°65, *Segunda época*.

Featherstone, Mike (2000). *Cultura de consumo y posmodernismo*. Buenos Aires: Amorrortu.

Harvey, David (2008). *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Buenos Aires: Amorrortu.

Kozak, Claudia (2008). “Blogopoéticas visuales (hasta cierto punto)”. En *Ramona* n°83, agosto de 2008, pp. 16-22.

Lash, Scott y Urry, John (1998). *Economías de signos y espacios. Sobre el capitalismo de la posorganización*. Buenos Aires, Amorrortu,

Lowe, Donald (1986). *Historia de la percepción burguesa*. México, Fondo de Cultura Económica.

Machado, Arlindo (2000). *El paisaje mediático. Sobre el desafío de las poéticas tecnológicas*. Libros del Rojas. Universidad de Buenos Aires.

Machado, Arlindo (2009). *El sujeto en la pantalla. La aventura del espectador, del deseo a la acción*. Barcelona: Gedisa.

Maffesoli, Michel (2001). *El instante eterno. El retorno de lo trágico en las sociedades posmodernas*. Buenos Aires: Paidós.

Sibilia, Paula (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económico.