



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY

 Facultad de
Psicología
UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA

**Subjetividad en tiempos Hipermodernos: El Consumismo como nuevo Productor de
Sentido**

Evelyn Yuliana García Pagola

Universidad de la Repùblica, Facultad de Psicología

Trabajo final de grado

Monografía

Tutora: Prof. Dra. Clara Weisz

Octubre 2025, Montevideo, Uruguay

"Los hombres buenos jamás dicen la verdad; ser bueno de esta manera es una enfermedad para el espíritu. Estos buenos ceden, se rinden, su memoria repite y su razón obedece: ¡pero todo el que obedece no se oye a sí mismo! todo lo que para los buenos es malo debe reunirse para hacer nacer una verdad". (Nietzsche, 2006, p.206)

Resumen

La presente monografía historiza la construcción de la subjetividad desde la modernidad hasta la hipermodernidad, entendiendo que el sujeto contemporáneo es el resultado de procesos históricos que coexisten y se entrelazan en el presente. El análisis recorre el pasaje del sujeto disciplinado, moldeado por la razón instrumental y biopolítica, hacia la consolidación del consumo como eje constitutivo de identidades, sostenido por mecanismos como la industria cultural, la manipulación simbólica y la psicopolítica. En la hipermodernidad, estas lógicas configuran subjetividades fragmentadas, narcisistas y frágiles, marcadas por la aceleración y la exposición permanente. Enmarcado en la sociología clínica, el estudio busca comprender cómo las transformaciones sociales producen nuevas formas de subjetividad y cómo estas impactan en la manera de vivir, pensar y vincularse, generando tensiones entre las exigencias del sistema y las necesidades internas del sujeto.

Palabras clave: subjetividad, consumo, hipermodernidad, fragmentación, sociología clínica

Abstract

This monograph traces the historical construction of subjectivity from modernity to hypermodernity, understanding that the contemporary subject is the result of historical processes that coexist and intertwine in the present. The analysis explores the transition from the disciplined subject, shaped by instrumental reason and biopolitics, to the consolidation of consumption as a constitutive axis of identities, sustained by mechanisms such as the culture industry, symbolic manipulation, and psychopolitics. In hypermodernity, these logics shape fragmented, narcissistic, and fragile subjectivities, marked by acceleration and permanent exposure. Framed within clinical sociology, the study seeks to understand how social transformations produce new forms of subjectivity and how these affect ways of living, thinking, and relating, generating tensions between systemic demands and the internal needs of the subject.

Keywords: subjectivity, consumption, hypermodernity, fragmentation, clinical sociology.

Resumen.....	2
Introducción.....	5
Desarrollo.....	7
Capítulo 1. Subjetividad y procesos de subjetivación: fundamentos teóricos para el análisis del sujeto en la modernidad e hipermodernidad.....	7
1.1. El sujeto como intersección de dimensiones: simbólica, inconsciente y social.....	7
1.2. Producción de subjetividad: regímenes, tensiones y pluralidad.....	7
1.3 Subjetividad situada: entre lo colectivo, lo histórico y lo inconsciente.....	10
Capítulo 2. De la modernidad a la Hipermmodernidad: surgimiento del sujeto consumidor.....	11
2.1 El sujeto moderno entre racionalidad, deber, trabajo y biopolítica.....	12
2.2 La razón como dispositivo de dominación en Adorno y Horkheimer.....	15
2.3 Psicoanálisis, deseo y consumo: el sujeto inconsciente en el mercado.....	17
2.4 Manipulación simbólica y deseo inducido: aportes de Edward Bernays.....	20
2.5 La industria cultural: estandarización, consumo y subjetividad.....	22
Capítulo 3. Una mirada actualizada: hipermmodernidad, psicopolítica y consumo como productor de subjetividad.....	24
3.1 De Adorno a Netflix: estandarización cultural en la era digital.....	24
3.2 El enjambre digital y la multitud: la disolución del “nosotros”.....	26
3.3 El poder invisible: psicopolítica, big data y autoexplotación.....	28
3.4 Subjetividades fragmentadas, plurales y narcisistas.....	30
Síntesis y consideraciones finales.....	33
Referencias bibliográficas.....	37

Introducción

El presente Trabajo Final de Grado de la Licenciatura en Psicología de la Universidad de la República, tiene como propósito contextualizar históricamente la construcción de subjetividad en el marco de las transformaciones históricas ocurridas desde los inicios del capitalismo moderno hasta la actualidad. Este recorrido hacia el pasado no se limita a una revisión histórica, sino que busca comprender al sujeto contemporáneo, como portador en su memoria y en su modo de ser, de todas estas transformaciones. Si bien la tendencia hipermoderna es hacia un sujeto hiperconsumidor, las formas subjetivas anteriores se entienden como vigentes, coexistiendo y entrelazadas en un entramado social cada vez más complejo. Se entiende que la subjetividad está atravesada por relaciones de poder, por lo que este trabajo abordará también los distintos dispositivos que a lo largo del tiempo, han acompañado y moldeando estos cambios.

En el primer capítulo se abordará el concepto de subjetividad según diversos autores, entendiéndose como una interacción compleja que articula diferentes campos sociales, simbólicos e inconscientes procesados por un psiquismo que se transforma en la interacción constante con su contexto, ayudando a entender desde qué marco teórico se va a enmarcar al sujeto.

En el segundo capítulo se desarrollará el pasaje del sujeto moderno al sujeto consumidor, desde una perspectiva cronológica, articulando marcos teóricos de referencia como la racionalidad y ética protestante de Max Weber, la biopolítica de Michel Foucault, la razón instrumental de Adorno y Horkheimer, la psicología de masas de Sigmund Freud, la manipulación simbólica de Edward Bernays, y para cerrar, se volverá a los aportes de Adorno y Horkheimer, pero esta vez, desde el concepto de industria cultural.

En el tercer capítulo se presentará la Hipermordernidad como contexto social actual, buscando conceptualizar al sujeto hiperconsumidor. Para ello, se actualizará la industria cultural en marco de las plataformas digitales, se incorporan aportes contemporáneos como

psicopolítica y enjambre digital de Byung-Chul-Han, la modernidad líquida de Zygmunt Bauman, y una mirada del sujeto fragmentado y narcisismo contemporáneo de Gilles Lipovetsky.

En las consideraciones finales , se pondrán en diálogo estos marcos teóricos, para situar al sujeto hipermoderno y reflexionar sobre las implicancias de estas configuraciones en el quehacer del psicólogo, así como posibles resistencias y salidas frente a estos fenómenos.

El trabajo se inscribe en el marco epistemológico de la sociología clínica, que busca no reducir lo individual al mero caso de lo particular, sino entender que el comportamiento de los actores sociales pueden ser interpretados en la reconstrucción de los procesos sociales (Araújo, 2011)

El análisis de estas mutaciones resulta relevante para los estudios de la psicología, ya que constituyen un problema ontológico que afecta directamente al ser, en su modo de pensar, en la manera que se relaciona y cómo se identifica.

En este sentido, este trabajo se plantea preguntas como: ¿Qué tipo de subjetividades emergen hoy? ¿Qué dispositivos de poder las sostienen y reproducen? ¿Qué tensiones existen entre las necesidades internas del sujeto y las exigencias del sistema hipermoderno? ¿Cómo se gestionan estas tensiones? ¿Y qué puede aportar la psicología frente a estas dinámicas?

Asimismo, se busca visibilizar los atravesamientos sociales, económicos, culturales y simbólicos que configuran la subjetividad contemporánea, con el fin de aportar mayor claridad para la comprensión de las manifestaciones sintomáticas y el sufrimiento psíquico.

Desarrollo

Capítulo 1. Subjetividad y procesos de subjetivación: fundamentos teóricos para el análisis del sujeto en la modernidad e hipermodernidad

1.1. El sujeto como intersección de dimensiones: simbólica, inconsciente y social

Para comprender al sujeto de forma integral es importante comenzar por mencionar que la construcción del mismo, se debe a una compleja interacción de dimensiones dialogantes entre sí, en un espacio y tiempo determinado. Factores ambientales y biológicos se entrelazan y cristalizan formando “subjetividades de época”

De Gaulejac (1997), plantea que el sujeto se inscribe en la intersección de tres universos: el de la ley y las normas simbólicas, en el cual es sujeto de derecho; el del inconsciente y las pulsiones, donde es sujeto de deseo; y el de lo social, económico e institucional, que lo constituye como sujeto sociohistórico. Esta mirada permite articular al individuo como resultado de múltiples fuerzas que lo moldean y a la vez lo posicionan frente a otros. En la misma línea, Pichón-Rivièrre (1985) agrega que el sujeto se produce en una trama de vínculos sociales, siendo determinado, pero también productor y protagonista de su historia. (p.11) Schnitman (1998) coincide al señalar que los sujetos construyen la sociedad, que a la vez los produce a través del lenguaje, la cultura y los vínculos. (p.72)

1.2. Producción de subjetividad: regímenes, tensiones y pluralidad

Desde otra perspectiva, Guattari (1998) sostiene que la producción de subjetividad está atravesada por tres órdenes de regímenes semióticos “capitlísticos”: el medio cultural (familia, educación, salud, arte), el consumo cultural (productos de los medios de comunicación y la publicidad), y las maquinarias informacionales (como dispositivos a-semióticos de registro y control). (p.13)

Para el autor, la subjetividad se podría comprender como el “resultado de correlaciones de fuerzas concretas, inscritas en el tiempo y en territorios específicos, y no como fuerzas divinas caídas del cielo y suspendidas en la eternidad” (Guattari, 1998, p.14) A su vez, la define como un “conjunto de condiciones que hacen posible que instancias individuales o colectivas estén en posición de emerger como territorio existencial auto-referencia, en adyacencia o en relación de delimitación con la alteridad, ella misma subjetiva.” (Guattari, 1998, p.9).

En este sentido, la subjetividad constituye un espacio de existencia interior proyectado y retroalimentado por un exterior, con sus idas y vueltas, en una relación dinámica y transformadora. Estas identidades principalmente tienen como funcionalidad, delimitar al sujeto del todo, pero a su vez, dejar huecos por los cuales sea posible acceder a ese todo. Esta permeabilidad entre lo interno y lo externo, puede pensarse como un identificador de salud psíquica, al permitir al yo reconocerse en el vínculo con el otro.

Schnitman (1998) agrega: “Ya podemos definir al sujeto como una cualidad fundamental propia del ser vivo, que no se reduce a la singularidad morfológica o psicológica (...) Es una cualidad que comprende un entrelazamiento de múltiples componentes.” (pp. 79-80)

De este modo, se entenderá por subjetivación, a aquellos procesos psicosociales que implican el interjuego del mundo interior y exterior del sujeto. Una experiencia bilateral por la cual el sujeto absorbe la esfera social, y este a su vez es constructor activo de su entorno.

Fernández (1999) agrega que la subjetividad es plural y polifónica, como lo describia Bajtin, y que pensarla desde la diversidad de modos de producción subjetiva permite cuestionar visiones fijas o esencialistas de la interioridad psíquica. (p.10)

Desde esta perspectiva crítica, Guattari (1998) sostiene que la subjetividad está contaminada por la sujeción social. En este sentido, su emancipación requiere el despliegue de procesos eco-mentales de re-singularización, es decir, prácticas que posibiliten al sujeto afirmarse en su diferencia, romper con las estructuras homogéneas impuestas y generar

formas de existencia mas autenticas. Tal como lo señala el autor "Su 'devenir' libre (...) pasa por la puesta en marcha de procesos eco-mentales de re-singularización". (p.13).

Pensar al sujeto de manera aislada, no permitiría observar las múltiples interacciones sujeto-sociedad y las construcciones psíquicas que se generan a partir de éste diálogo. En este sentido, se vuelve imprescindible un abordaje integrativo que habilite la interpretación de las complejidades de las multidimensiones del sujeto en sociedad. Como lo plantea Fernández (2002) solamente el grupo, el colectivo, la sociedad, son reales, y la instancia individual solo se presenta a través de esa realidad. (p.37).

A partir de esta mirada, se podría pensar al sujeto como producto de su contexto, siendo un cruce de relaciones sociales. De Brasi (1990), añade a esta idea, que la oposición entre el "adentro" y el "afuera" es una limitación conceptual, más que una división real. En sus palabras el adentro-afuera aparece "(...) como limitaciones de las formas de representación que nos hacemos de nosotros y de las cosas mundanas, más que de nos-otros y de las cosas que realmente son y se van transformando" (p.19).

Sostenerse en un extremo u otro podría generar condicionamientos a la hora de pensar al sujeto. Es importante comprenderlo fuera de estas posiciones, ahondando en las tensiones individuo-sociedad que inevitablemente se estructuran. Dicho de otra manera, la dicotomía individuo-sociedad, el adentro y afuera comienza a cobrar un sentido real, cuando el enfoque de la observación cambia, cuando en vez de considerar a cada dimensión separada y opuesta, se la piensa como un todo produciendo una integración.

Como indica De Brasi (1990) lo social no es algo externo al sujeto, sino parte constitutiva del mismo inconsciente (p.20) . Así, lo social-histórico se configura como el resultado de complejas interacciones individuo-sociedad, las cuales son interiorizadas y alojadas en el inconsciente.

Los procesos de producción de subjetividad, entonces, se configuran como un campo atravesado por tensiones, pluralidad y múltiples regímenes de influencia que hacen imposible una visión reduccionista del sujeto.

1.3 Subjetividad situada: entre lo colectivo, lo histórico y lo inconsciente

Este entramado permite comprender que tanto la realidad psíquica como la social están atravesadas por estructuras de poder. Guattari (1998) expresa que el sujeto participa en montajes maquinicos donde se entrecruzan flujos semióticos, materiales y sociales.

(p.17) Esta interdependencia del mundo psíquico y social se manifiesta en subjetividades moldeadas por realidades configuradas bajo lógicas propias del sistema capitalista.

Por su parte, Freud (2018), en *Psicología de Masas y Análisis del Yo*, muestra que la psicología de masas considera al sujeto como miembro de un linaje, pueblo, institución o grupo organizado, durante un tiempo y con un propósito determinado. Más adelante expresa: “(...) nos inclinaremos más bien en favor de otras dos posibilidades: que la pulsión social acaso no sea originaria e irreducible y que los comienzos de su formación puedan hallarse en un círculo estrecho, como el de la familia” (p.68)

De esta manera, la pulsión social no surge únicamente en contextos masivos, sino que tiene raíces tempranas en los vínculos primarios, constituyendo un inconsciente atravesado por lo social desde los primeros años de vida. Pichón-Rivièrre (1985a) profundiza esta perspectiva, y señala que, aunque Freud vislumbró la dimensión social del sujeto, su enfoque instintivista y la ausencia de una mirada ecológica le impidieron ir más allá. En cambio, Pichón sostiene que toda psicología es, en última instancia, social (p.43).

Considerar lo social como constitutivo no implica negar la singularidad. Guattari(1991, citado en Fernández,1999) expresa que en los procesos sociales emerge una heterogénesis, es decir, una producción múltiple y diversa. En ciertos contextos, la subjetividad se individua; en otros, se hace colectiva, superando incluso los límites del individuo. Como señala:

(...) en ciertos contextos sociales y semiológicos la subjetividad se individua; una persona tenida por responsable por sí misma se posiciona en el seno de las relaciones de alteridad regida por usos familiares, costumbres locales, leyes jurídicas... En otras condiciones, la subjetividad se hace colectiva, lo

que no significa que ella se vuelva, a pesar de eso, exclusivamente social.

Efectivamente, el término "colectivo" debe ser entendido aquí en el sentido de una multiplicidad, desarrollándose más allá del individuo (Guattari, 1991, citado en Fernández, 1999, p. 9).

Capítulo 2. De la modernidad a la Hipermordernidad: surgimiento del sujeto consumidor

Luego de haber explorado las dimensiones constitutivas de la subjetividad, resulta necesario situarla en un marco histórico. Este trabajo sitúa a la modernidad como el primer gran escenario que organizó los principios y formas de vida de los sujetos, estableciendo un modelo de subjetividad que se tomará como referencia inicial, para analizar las posteriores transformaciones hacia la posmodernidad e hipermordernidad.

Entre los siglos XIX y XXI, la construcción de subjetividad ha estado atravesada por profundas mutaciones vinculadas a los cambios históricos, económicos, políticos y culturales. Desde el sujeto racional de la modernidad hasta el sujeto consumidor en la hipermordernidad, se ha constituido una subjetividad marcada por las lógicas del mercado y los dispositivos de control. Este capítulo analiza el pasaje de la modernidad a la hipermordernidad, poniendo especial énfasis en cómo el modelo de subjetividad se entrelaza con el consumismo, transformando las prácticas cotidianas, los deseos y la identidad del sujeto contemporáneo .

2.1 El sujeto moderno entre racionalidad, deber, trabajo y biopolítica

La modernidad, comprendida entre los siglos XVII y XX, se desarrolló durante el auge de la Ilustración y la Revolución Industrial, caracterizándose por la centralidad de la razón, el progreso, la industrialización, la consolidación del Estado-nación y el fortalecimiento de las instituciones disciplinarias. El sujeto moderno se construyó en relación al deber y el disciplinamiento, la idea de sacrificio, la represión de impulsos, y la pertenencia

a proyectos colectivos. Este sujeto se caracterizó por ser racional, orientado a dominar la naturaleza y organizar el mundo mediante la ciencia y la tecnología. A nivel psíquico, el yo moderno se estructuró en torno a una identidad estable, al control de los afectos, la represión de los deseos, y la construcción de un proyecto de vida sostenido en el tiempo.

En el plano económico, el capitalismo industrial se estableció como forma dominante de organización social. Weber (1991) expresa, que si bien han existido formas de capitalismo desde la antigüedad, sólo en Occidente moderno se desarrolló el capitalismo racional, caracterizado por la planificación, la contabilidad y el control constante del rendimiento, lo que generaba una expectativa racional de ganancia mediante intercambios pacíficos y repetitivos. (p.6)

El autor sostiene, que lo que define al capitalismo moderno es su carácter racional, entendido como la moderación y la orientación del instinto de enriquecimiento hacia fines organizados y estables, y no la ambición de lucro que ya estaba presente en todas las épocas y culturas (Weber, 1991, p.5). La ética del capitalismo moderno impone una racionalidad continua de trabajo y acumulación, regulando y reorientando el deseo sin límites. Este capitalismo racional se orientó a la organización estable del trabajo, regulando los deseos y disciplinando la vida cotidiana. Weber (1991) expresa: "El actual sistema económico capitalista es como un cosmos excepcional (...) en donde habrá de vivir, imponiéndole las medidas de su conducta económica" (p.28) En consecuencia, el capitalismo entendido como "el amo absoluto en la vida de la economía" (p.28) produce subjetividades funcionales para el sistema, seleccionando y moldeando a los sujetos según criterios de rendimiento y disciplina.

En este contexto, el trabajo adquirió un lugar central en la vida de los sujetos, convirtiéndose en el depositario de los deseos inconscientes y de autorrealización. Weber destaca el rol central de la ética protestante, especialmente el calvinismo religioso, en esta construcción. Mandatos como la disciplina, el autocontrol, y la austeridad sobrepasaron la práctica religiosa y comenzaron a organizar la vida cotidiana. El tiempo de ocio, por ejemplo, era considerado un pecado. La falta de aprovechamiento del tiempo en el trabajo, la

conversación prolongada, la vida ociosa, incluso el sueño más allá del necesario son condenados moralmente (Weber, 1991, pp. 93-94)

A su vez, la angustia existencial que devino de la doctrina de la predestinación (en donde el creyente no sabía si estaba dentro de los “elegidos” para la salvación) impulso a los sujetos a buscar respuestas externas de salvación , siendo una de las más importantes el éxito en el trabajo. De este modo, la angustia espiritual se sublimó en el trabajo, que exigía autodisciplina, racionalidad y control de las emociones y deseos. (Weber, 1991, pp .67-70)

La centralidad del trabajo como principio organizador de la vida, requirió dispositivos de control y disciplina. Han (2014b) expresa que el paso de una economía agraria a una industrial exigió nuevas formas control, ya no se trataba de castigar los cuerpos, como en el régimen soberano, sino de disciplinarlos, ajustándolos a una lógica de trabajo mecánico. Este poder se impuso a través de las costumbres y se automatizó en la vida cotidiana.“En lugar de atormentar el cuerpo, el poder disciplinario lo fija a un sistema de normas” (Han, 2014b, p.36).

Michael Foucault (2007) conceptualizó este fenómeno a través de la noción de biopolítica, como un poder moderno que se ejerce sobre la vida, normalizando comportamientos y automatizando conductas a través de las instituciones disciplinarias como la escuela, la fábrica, el hospital y la cárcel. Como sostiene Han (2014b): “El poder disciplinario (...) no es un poder de muerte, es un poder de vida cuya función no es matar sino la imposición completa de la vida”(p.35).

En este marco, el panóptico se construyó como emblema de este poder, caracterizado por ser una forma de control, que produce una vigilancia constante, internalizada por los propios sujetos. Según Foucault (2002), el mayor efecto del Panóptico consistió en “inducir en el detenido un estado consciente y permanente de visibilidad que garantiza el funcionamiento automático de poder” (p. 185).

Por su parte, Lipovetsky y Charles (2006), interpretan a la modernidad, como una ruptura histórica de la humanidad, impulsada por la ciencia y el progreso. La modernidad,

sostiene el autor, nace sobre valores esenciales como la libertad y la igualdad , encarnados por la figura del individuo autónomo, que rompe con el mundo tradicional (p.23). Sin embargo, esta autonomía también implicó un alto grado de autocontrol y productividad, limitando la libertad de los sujetos a los parámetros racionales del sistema. A su vez, Zygmunt Bauman (2003b), define esta etapa como “modernidad sólida” caracterizada por su tendencia totalitaria y homogeneizante (p.31) compuesta por instituciones duraderas, estructuras sociales estables y un orden previsible, donde las trayectorias vitales podían planificarse con un alto grado de certeza, en un espacio determinado.

La modernidad entonces, configuró un sujeto moldeado a partir de una ética de trabajo y la racionalidad, sostenidos en dispositivos de disciplina y biopolítica que normalizaron los comportamientos. El trabajo pasó de ser una actividad únicamente económica para convertirse en un eje fundamental de construcción de identidad y autorrealización. Asimismo, el trabajo sistematizado y la austeridad promovieron la acumulación de riquezas y la sobreproducción ayudando a gestar un cambio aún más profundo, el pasaje de un régimen centrado en el trabajo, al consumo como nuevo principio organizador de la vida social y subjetiva.

2.2 La razón como dispositivo de dominación en Adorno y Horkheimer

La transición desde la centralidad del trabajo en Weber, hacia la crítica de la razón en Adorno y Horkheimer permite comprender cómo la razón moderna, que en principio prometía progreso, terminó transformándose en un mecanismo de dominio que favoreció el camino hacia el consumismo.

En la Dialéctica de la Ilustración, Horkheimer y Adorno (1998), desarrollan una crítica a la transformación de la razón en un dispositivo de control. En la misma línea que Weber, los autores sostienen que la Ilustración, rompió con el misticismo y la autoridad tradicional, proponiendo a la razón como una herramienta central de emancipación social. A pesar de ello, esta razón se tornó instrumental, reduciendo todo a medios, cálculo y utilidad, vaciada

de ética y orientada al dominio. Cómo explican: “La razón sirve como instrumento universal, útil para la fabricación de todo lo demás, rígidamente orientado a su función (...) cumplido su vieja ambición de ser puro órgano de fines.” (p.83)

Este proceso de racionalización de la vida, condujo a la supresión de los afectos, los mitos, el arte y otras formas simbólicas de sentido. Según los autores, fue la propia naturaleza de la razón la que terminó subordinando la emocionalidad y formas comunitarias de sentido, deviniendo instrumental, es decir, en un mecanismo de dominio funcional al sistema económico. En palabras de Horkheimer y Adorno (1998) “La razón es para ella el agente químico que absorbe en sí la propia sustancia de las cosas y la disuelve en la mera autonomía de la razón misma” (p.137).

Este vaciamiento simbólico, junto con la pérdida de autoridad de las instituciones tradicionales, abrió a los sujetos a nuevas formas de ser y pensar. En esta apertura, el capitalismo encontró un terreno fértil para construir significaciones orientadas al consumo. De esta manera, la razón comenzó a tornarse dominadora, “el dominio sobrevive como fin para sí mismo bajo la forma de poder económico” (Horkheimer y Adorno, 1998, p.150)

La idea de emancipación se transformó en un principio de autoconservación. “La autoconservación retenida idéntica por la razón (...) se reveló como fuerza natural destructora” (Horkheimer y Adorno, 1998, p.137). Así, la subjetividad se consolidó como fría, carente de ética, emociones y afectos, siendo estas dimensiones vistas como símbolos de debilidad. Tanto los pensamientos como los afectos quedaron instrumentalizados. Según Horkheimer y Adorno (1998), las antiguas manifestaciones colectivas de goce, como la fiesta, (que permitía una forma lícita de escapar del “orden”) fueron reemplazadas por formas domesticadas de entretenimiento y ocio organizado, adaptadas a la lógica de consumo “El placer se convierte en objeto de manipulación hasta que finalmente, desaparece en la organización” (p.151).

El personaje de Juliette, en la obra de Sade, evidencia este modo de subjetividad ilustrada, caracterizada por frialdad, racionalidad, autosuficiencia e individualización despojada de ética y orientada al goce.“Juliette tiene a la ciencia por credo. Le repugna toda

veneración cuya racionalidad no pueda ser probada" (Horkheimer y Adorno, 1998, p.143)

Esta nueva forma de sentido naturaliza las desigualdades, y forma al sujeto para no sentir demasiado, evitando así el conflicto interno que podría cuestionar al sistema.

En consecuencia, el sujeto moderno comenzó a configurarse como apático, funcional y desligado del lazo social o ético, producto de la racionalización progresiva de la vida cotidiana, en el marco del sistema capitalista. Este proceso, marca un gran cambio en la construcción de subjetividad, ya no se busca el bien común, sino maximizar el placer individual. La crítica de Horkheimer y Adorno, además de analizar la lógica interna de la modernidad, permite comprender el comienzo de las mutaciones hacia nuevas formas de subjetividad propias de posmodernidad e hipermordernidad.

2.3 Del sujeto disciplinado al sujeto consumidor: mutaciones posmodernas

El pasaje del sujeto disciplinado al sujeto consumidor, puede pensarse a partir de la transformación de la modernidad hacia la posmodernidad. Lyotard (2000) describió esta nueva etapa histórica como "condición posmoderna", caracterizada por la pérdida de credibilidad de los grandes relatos legitimadores, como la ciencia, la religión y la idea de progreso, que habían estructurado el pensamiento moderno. En sus palabras: "se tiene por 'posmoderna' la incredulidad con respecto a los metarrelatos" (p.10).

Paralelamente, las transformaciones socioeconómicas del siglo XX, el pasaje de una economía agraria a una industrial, el crecimiento urbano y la sobreproducción, dieron lugar a nuevos escenarios culturales que interpelaron profundamente las formas de vida. La disciplina que organizaba los cuerpos en la modernidad, dejó de ocupar un lugar central, cediendo espacio a dispositivos más sutiles de regulación que sostuvieron estos cambios. Lipovetsky (2006) sostiene que: "La posmodernidad representa el momento histórico concreto en el que todas las trabas institucionales que obstaculizaban la emancipación individual se resquebrajan y desaparecen, dando lugar a la manifestación de deseos personales, la realización individual, la autoestima" (p.23).

En este marco, la subjetividad comenzó a volverse plural, fragmentada y cambiante. El sujeto deja de definirse por su lugar en una estructura social estable, pasando a preocuparse por su capacidad de adaptarse, reinventarse y consumir experiencias. La identidad profesional cede lugar a un yo que se construye a partir de lo que se consume. El consumo deja de ser meramente por necesidad, y pasa a estar guiado por el deseo, la pertenencia y la construcción del yo. La publicidad, la moda y los medios masivos de comunicación introducen una nueva lógica, en la que el sujeto se valida a través de su imagen, sus gustos y su capacidad de acceso a bienes y estatus.

En este sentido, para comprender en profundidad como este sujeto consumidor se constituye, resulta necesario considerar, además de las transformaciones históricas y culturales, las dinámicas inconscientes que lo atraviesan.

2.3 Psicoanálisis, deseo y consumo: el sujeto inconsciente en el mercado

En la posmodernidad, el consumo comienza a inscribirse como práctica identitaria. En este sentido, el psicoanálisis permite comprender cómo las pulsiones, y los mecanismos colectivos se articulan con la lógica del mercado, dando lugar a un sujeto cuya identidad se construye y se valoriza a través de lo que consume. Esta dinámica genera dificultades para discernir entre el ser y el tener, así como entre lo auténtico y lo impuesto.

Erich Fromm (2007), señala que la interiorización de los aspectos centrales de la modernidad, como el sistema de mercado, ha tenido un papel fundamental en la configuración de la subjetividad. Esta interiorización no se limita a un proceso racional o consciente, sino que involucra mecanismos inconscientes profundos. Según el autor, esta interiorización del sistema económico al entramado psíquico implica la asimilación de valores como la competitividad, la lógica de oferta y demanda, y el consumo como forma de identidad propia. En sus palabras: “Nuestro carácter está equipado para intercambiar y recibir, para traficar y consumir; todo, tanto los objetos materiales como los espirituales, se convierten en objeto de intercambio y de consumo” (Fromm, 2007, p.118).

En la misma línea, De Brasi (1990) describe como el deseo penetra en los núcleos de producción, generando una relación afectiva con los objetos y transformando la economía en una máquina de producción de deseos. En palabras del autor: "El deseo rasga a la producción en sus núcleos más asceticos, libidiniza el afán de lucro, carga las ofertas bursátiles, erotiza la circulación y posesión de los objetos, los consume sin cesar, agota los stock" (p.20).

Por su parte, Freud (2008), sostiene que la vida en sociedad exige una renuncia a ciertos instintos, especialmente aquellas que no se ajusten a las normas colectivas. Esta renuncia tiene un fundamento afectivo: "la renuncia instintual es una consecuencia del temor a la autoridad exterior; se renuncia a satisfacciones para no perder el amor de ésta" (p. 69). De este modo, el malestar se origina en el conflicto entre la necesidad de amor y pertenencia, y la tendencia a la satisfacción instintual (p.79). Es importante destacar que el conflicto entre instinto y norma es constitutivo del sujeto y se produce incluso en soledad. Lo que cambia en la vida social es que la cultura intensifica las renuncias, generando represión y malestar. No obstante, vivir en colectivo, no solo implica restricciones, sino también apertura a nuevas posibilidades de desarrollo y cooperación. El riesgo aparece cuando estas aperturas son absorbidas por el mercado, dando lugar a sujetos funcionales al consumo y con menor capacidad de autonomía.

Freud (1992), introduce el concepto de sublimación como destino moderado. Este mecanismo opera cuando la presión social impide la satisfacción directa de las pulsiones al considerarse como inapropiadas. De esta manera, la sublimación aparece como vehículo que posibilita la satisfacción, acorde a valores y principios socialmente aceptados. Como afirma: "Las perversiones (...) cuya sofocación o cuya vuelta {Wendung} hacia metas más elevadas, asexuales - su sublimación - están destinadas a proporcionar la fuerza motriz de un buen número de nuestros logros culturales" (p.45). Según Freud, la sublimación actúa como "una desviación de las fuerzas pulsionales de sus metas, y su orientación hacia metas nuevas" (Freud,1992, p.161). Bornhauser y Ochoa (2012) agregan que "el acto sublimatorio

es un ejercicio de subjetivación” (p.766) atravesado por condiciones históricas, sociales y de poder.

En Psicología de masas y análisis del yo (2018), Freud profundiza en la tensión instinto-norma, mostrando cómo la inserción en una masa modifica parcialmente las restricciones de los sujetos, permitiendo que los impulsos normalmente reprimidos emergan con más fuerza. A través de mecanismos como la identificación con el líder y la sugestión, la masa actúa como un “ser colectivo”, en palabras de Gustave Le Bon (1895), citado en Freud (2018): “La masa psicológica es un ser provisional compuesto de elementos heterogéneos, soldados por un instante, exactamente como las células de un cuerpo vivo forman por su reunión un nuevo ser, que muestra caracteres muy diferentes de los que cada una de tales células posee” (p.6). Este “ser colectivo”, desarrolla una lógica propia, orientada a preservar su identidad y supervivencia, expulsando a lo diferente que atenta y cuestiona la masa homogénea y funcional. Freud (2018), retomando a Le Bon, afirma: “en una multitud, se borran las adquisiciones individuales, desapareciendo así la personalidad de cada uno de los que la integran. Lo inconsciente social surge en primer término, y lo heterogéneo se funde en lo homogéneo.” (p.7).

Freud (2018) identifica en la masa fenómenos como el contagio mental, el sentimiento de potencia invencible, la irrupción de impulsos que antes se reprimían y la modificación de las tendencias del inconsciente (2018, pp.7-8). Así, el sujeto delega el control racional y se deja llevar por sus manifestaciones inconscientes, que intensifican la urgencia de consumir pertenencia, experiencias, bienes o símbolos de estatus. En palabras del autor: “el individuo integrado en una multitud, adquiere, (...) un sentimiento de potencia invencible, merced al cual puede permitirse ceder a instintos que, antes, como individuo aislado, hubiera refrenado forzosamente” (Freud,2018, p.7). A continuación agrega que al ser anónima y por tanto irresponsable, la multitud contribuye a que en el sujeto se diluya el sentimiento de responsabilidad, elemento que limita los impulsos individuales (Freud, 2018). Asimismo, el autor sostiene que a causa del contagio mental, el sujeto queda inmerso en un estado hipnótico, subordinado sus intereses personales por los de la masa: “El individuo

sumido algún tiempo en el seno de una multitud activa cae pronto, (...) en un estado particular, muy semejante al estado de fascinación del hipnotizado entre las manos de su hipnotizador. Paralizada la vida cerebral del sujeto hipnotizado, se convierte éste en esclavo de todas sus actividades inconscientes, que el hipnotizador dirige a su antojo" (p.8).

En el contexto contemporáneo, saturado de estímulos mediáticos y la mercantilización de la vida social, los mecanismos descritos por Freud encuentran su máxima expresión. La lógica consumista se apoya en la sublimación de las pulsiones así como en la sugestión masiva, para articular deseos inconscientes con productos de consumo e identidades prefabricadas. De este modo, el sujeto consumidor además de adquirir objetos, compra pertenencia, validación y su propia identidad mediado por la masa y reforzado por dispositivos de poder simbólico.

2.4 Manipulación simbólica y deseo inducido: aportes de Edward Bernays

Los desarrollos de Freud sobre el inconsciente, y la psicología de masas y análisis del yo, además de transformar la comprensión del sujeto moderno, mostraron cómo las pulsiones inconscientes atraviesan la vida social. Edwards Berneys, publicista y sobrino de Sigmund Freud, llevó estos principios psicoanalíticos al ámbito de la publicidad, mostrando un camino para que el consumo se convirtiera en un dispositivo central de subjetivación.

En la década de 1920, apoyándose en *Psicología de masas y análisis del yo* de Freud (1921/2008), Bernays publicó *Propaganda* (1928/2008), donde desarrolló la noción de un "gobierno invisible", como un conjunto de élites que manipulan de forma sistemática las emociones, deseos y opiniones de los sujetos. Como señala: "El estudio sistemático de la psicología de masas reveló a sus estudiosos las posibilidades de un gobierno invisible de la

sociedad mediante la manipulación de los motivos que impulsan las acciones del hombre en el seno de un grupo" (Bernays, 2008, p. 61).

Siguiendo esta línea, Bernays retoma la idea de Freud sobre las masas, y expresa "La mente del grupo no piensa en el sentido estricto del término. En lugar de pensamientos tiene impulsos, hábitos y emociones. Al tomar decisiones, su primer impulso suele ser el de seguir el ejemplo de un líder de confianza" (Bernays, 2008, p. 64).

Estas premisas transformaron la publicidad y los medios masivos de comunicación en constructores de sentido, capaces de moldear deseos, generar identificación simbólica y dirigir las emociones hacia fines predeterminados. Un ejemplo de esto, fue la campaña Torches of Freedom (Antorchas de Libertad), en 1929. Contratado por una industria de cigarrillos, Bernays diseñó una estrategia para aumentar su consumo entre las mujeres, en un contexto en donde estaba mal visto que ellas fumaran en público. A partir de un análisis psicoanalítico y guiado por su tío Sigmund Freud, Bernays identificó que el cigarrillo podría estar asociado simbólicamente con el falo, lo que representaría el "poder masculino". La campaña se llevó a cabo en medio del desfile de Pascua en Nueva York, en donde se convocó a un grupo de mujeres influyentes a marchar, cuando él señaló, las mujeres prendieron los cigarrillos, proclamando su derecho de libertad. Este acto, de encender "las antorchas de libertad" fue fotografiado, y difundido posteriormente, generando una nueva asociación entre el acto de fumar y valores como la libertad de las mujeres, la igualdad, la sofisticación y la emancipación.

Este evento mostró como la manipulación simbólica puede orientar el inconsciente colectivo y generar nuevas significaciones. En palabras de Bernays: "La manipulación consciente e inteligente de los hábitos y opiniones organizados de las masas es un elemento de importancia en la sociedad democrática. Quienes manipulan este mecanismo oculto (...) moldean nuestras mentes, definen nuestros gustos o nos sugieren nuestras ideas" (Bernays, 2008, p.15).

Su aporte es importante para comprender cómo el sujeto moderno (y posteriormente hipermoderno) puede ser moldeado a través de estos mecanismos invisibles de poder

simbólico. A través de estos dispositivos, los sujetos comienzan a desear y consumir objetos, experiencias, y estilos de vida que se alejan de su autenticidad, estando más vinculadas con el deseo del otro y las tendencias impuestas socialmente. Esta dinámica revela una profunda desconexión del sujeto consigo mismo, y a la vez refuerza el papel del consumo como productor central de subjetividad en la modernidad tardía.

2.5 La industria cultural: estandarización, consumo y subjetividad

Los aportes de Bernays sobre la manipulación simbólica y el uso del inconsciente colectivo para orientar masivamente deseos y conductas se entrelazan con la crítica de Adorno y Horkheimer al sistema cultural capitalista. Mientras que para Bernays estas técnicas constituyan una estrategia puntual, los aportes de la *Dialéctica de la Ilustración* (1944/1998) expandieron esa lectura al mostrar cómo, en el capitalismo avanzado, dicha manipulación se institucionalizó como un modo sistemático y dominante de producción cultural.

En este marco, introdujeron el concepto de industria cultural para referirse a la mercantilización de la cultura en el capitalismo avanzado, sosteniendo que “La cultura marca hoy todo con un rasgo de semejanza. Cine, radio y revistas constituyen un sistema” (Horkheimer y Adorno, 1998, p.165). Para los autores, la industria cultural además de entretenér, moldea la subjetividad, fomentando la pasividad, el conformismo y la adaptación del sistema. De este modo, los medios masivos de comunicación funcionan como dispositivos de control social que promueven el consumo y la homogeneización de gustos y valores. “La verdad de que no son sino negocio les sirve de ideología que debe legitimar la porquería que producen deliberadamente” (p.166). Así, la cultura se convierte en producción simbólica y homogénea, donde el consumidor se transforma en dato estadístico, clasificado por índices de mercado (Horkheimer y Adorno, 1998,p.168). La libertad subjetiva se va anulando, siendo absorbida y configurada por la producción cultural, generando una

alienación profunda en la que los sujetos viven y desean dentro de un marco establecido, perdiendo lo espontáneo y lo genuino.

Los autores sostienen que incluso la rebeldía es absorbida, “lo que se resiste puede sobrevivir solo en la medida en que se integra” (p.176). En consecuencia los sujetos internalizan el éxito, la repetición y la obediencia disfrazada de libertad. “Quien no se adapta es golpeado con una impotencia económica que se prolonga en la impotencia espiritual del solitario” (p. 178). Asimismo, esta dinámica redirige las pulsiones hacia fines impuestos por el sistema, naturalizando su renuncia y ofreciendo gratificaciones instantáneas a cambio de no cuestionar nada estructural. Marcuse (1993) amplía esta crítica expresando que la supuesta libertad de elección es ilusoria. “La libre elección de amos no suprime ni a los amos ni a los esclavos” (p.38). El sujeto, inconsciente de su alienación, se ajusta a una sola dimensión, devorado por la lógica del consumo (Marcuse,1993, p.41).

De este modo, Horkheimer y Adorno sostienen que el poder moderno, basado en la razón instrumental, se transformó en un poder cultural más sutil, anticipando lo que Han (2014b), denominara en la hipermodernidad poder invisible o psicopolítico. Desde el disciplinamiento moderno, pasando por la manipulación simbólica y la industria cultural, se visualiza un continuo de dispositivos que producen subjetividades adaptativas a las exigencias del capital. En la hipermodernidad, la mercantilización cultural extiende su producción al mundo de los datos, las plataformas digitales y las emociones, que serán abordadas en el capítulo siguiente.

Capítulo 3. Una mirada actualizada: hipermodernidad, psicopolítica y consumo como productor de subjetividad

A comienzos del siglo XXI, surge el concepto de hipermodernidad para describir las transformaciones sociales y subjetivas que no podían ser abordadas desde el paradigma posmoderno. Lipovetsky (2006) introduce este término y sostiene que no se trata de una ruptura absoluta con la modernidad, sino de su radicalización, caracterizándose por la

intensificación del individualismo y el hiperconsumo. La define como “una sociedad liberal, caracterizada por el movimiento, la fluidez, la flexibilidad, más desligada que nunca de los grandes principios estructuradores de la modernidad” (p.27).

En este nuevo contexto histórico, el sujeto deja de ser un consumidor pasivo para configurarse como producto y productor del consumo. Los mandatos del mercado se internalizan como propios, lo que dificulta la posibilidad de diferenciarse. Asimismo, el cibermundo penetra en la vida cotidiana, reforzando la dinámica de los sujetos como emisores y receptores de contenidos.

3.1 De Adorno a Netflix: estandarización cultural en la era digital

Han (2023) observa que, mientras en la sociedad de masas predominaba la escucha pasiva, en la era digital los sujetos son productores y emisores simultáneamente. El autor menciona que: “Todo el mundo se produce” (p.97). Esto refleja la efectividad de los procesos de manipulación simbólica, el sujeto se vuelve parte activo del proceso, un engranaje más de la maquinaria. En la misma línea, Radakovich (2023) agrega que alejados de las nociones de audiencias pasivas, los usuarios interactúan con la producción, elaboran significados propios, participan en los medios, e incluso generan subculturas (p.91). De este modo, objetos, ocio y arte se transforman en mercancías culturales que moldean percepciones, deseos e identidades.

A su vez, Radakovich (2023) citando a David Wright (2015), expresa que, si bien los avances tecnológicos digitales han permitido el acceso global a contenidos antes restringidos, “el poder de las TICs se ha ido tornando gris, permeado por procesos de codificación y mercantilización de los gustos de las personas que se convierten en sí mismos en los productos a comercializar mediante el control algorítmico” (p. 88). Este fenómeno plantea riesgos para la autonomía cultural, aunque la autora afirma que persisten tácticas de resistencia (Radakovich,2023, p.92).

La industria cultural descrita por Horkheimer y Adorno (1944/1998) se actualiza hoy en las plataformas digitales. Srnicek (2018) explica que estas operan bajo modelos de negocio basados en la extracción de datos para optimizar la producción, conocer preferencias de consumo, controlar trabajadores, y crear nuevos productos y servicios (p.43). Plataformas como Netflix, Spotify o Youtube, capturan, organizan y analizan datos mediante algoritmos e inteligencia artificial que además de ofrecer contenidos, personalizan y configuran el gusto cultural de los sujetos (Radakovich, 2023).

Según Radakovich (2023), las plataformas inciden tanto en la oferta de contenidos como en los hábitos y comportamientos culturales de sus usuarios (p.91). En este sentido el gusto cultural se convierte en pieza clave para comprender las audiencias, siendo los algoritmos herramientas para orientar, afirmar y reforzar sus preferencias (p.84). Según la autora, Netflix fue la “plataforma pionera a través de su sistema Cinematch en la utilización de inteligencia artificial en la predicción a ‘medida’ del gusto audiovisual de sus usuarios” (Radakovich, 2023, p. 84).

Así, la estandarización cultural descrita por Adorno y Horkheimer, en la era contemporánea se implementa en modo digital, donde los contenidos son redireccionados y personalizados configurando agrupaciones de usuarios según sus consumos. Como explica Radakovich (2023), este proceso involucra tres dinámicas centrales: codificación, que traduce actividades en datos procesables por algoritmos, mercantilización, que convierte objetos, emociones o ideas en mercancías digitales y selección, que implica una curaduría algorítmica de temas, actores y servicios considerados “relevantes” (p.91).

Las consecuencias subjetivas comienzan a ser visibles y significativas. La sobreexposición y el imperativo de conexión continua generan lo que Berardi (2003) denomina una “epidemia sociocomunicativa”: para sobrevivir, el sujeto debe ser competitivo, mantenerse conectado y procesar una masa creciente de información. Esto provoca estrés atencional y reducción del tiempo para la afectividad, devastando el psiquismo (p.24). Mientras en las redes sociales se proyectan imágenes de felicidad y bienestar, en la vida

cotidiana se reproduce el pánico, la depresión y el burnout enfermedades de una época de extrema competencia que culpabiliza a quien no logra simular bienestar.

La industria cultural en la era digital, además de afectar los modos de consumo reconfigura también los modos de organización social y la construcción de pertenencia. Ya no se trata de la masa homogénea de la modernidad, sino de comunidades que se comienzan a ver dispersas y fragmentadas, moldeadas por la lógica algorítmica.

3.2 El enjambre digital y la multitud: la disolución del “nosotros”

A diferencia de lo que Le Bon (1895, como se citó en Freud, 2018) introducía en Psicología de masas, donde describe una sociedad moderna caracterizada por su organización en masas homogéneas, el predominio en el comportamiento social de la hipermodernidad puede leerse de forma más precisa y representativa desde la dinámica descrita por Byung Chul Han: el enjambre digital. Esta nueva forma de organización social carece de cohesión interna, está compuesta por sujetos aislados, fragmentados y sin un “alma colectiva”. Como señala Han (2014a): “El enjambre digital, por contraposición a la masa, no es coherente en sí. No se manifiesta en una voz. Por eso es percibido como ruido” (p.27). A su vez, el autor sostiene que este fenómeno es la expresión de una crisis profunda, de la cual la revolución digital es responsable (p.15).

La digitalización de la vida cotidiana, refuerza este aislamiento, al convertir a las pantallas en mediadoras entre el sujeto y el mundo. El “nosotros” se desvanece frente al imperativo de competencia. El sujeto ya no se funde en una masa obteniendo una nueva identidad colectiva, sino que conserva su individualidad. En este sentido, la identidad social homogénea va perdiendo vigencia frente a este fenómeno que fomenta la formación de múltiples identidades que coexisten simultáneamente. Como afirma Han (2014a): “El homo digitalis es cualquier cosa menos nadie. Él mantiene su identidad privada, aun cuando se presente como parte del enjambre” (p.17). Esta lógica individualista fomenta al sujeto a construir una identidad que destaque y capte la atención de su entorno. Como menciona

Han (2014a), el sujeto en vez “de ser nadie, es un alguien penetrante, que se expone y solicita la atención” (p.17).

Un ejemplo extremo de esta subjetividad fragmentada y de la tensión entre hiperconexión y aislamiento es el fenómeno de los hikikomori, originado en Japón. Tamaki Saitō (2013) lo describe como un grupo de jóvenes (cada vez más adultos) que permanecen durante meses o años recluidos en sus habitaciones, evitando el contacto social directo, pero sosteniendo una intensa conexión digital mediante videojuegos, internet y cultura mediática. En palabras del autor es: “un estado que (...) implica recluirse en la propia casa y no participar en la sociedad durante seis meses o más, y que no parece tener otro problema psicológico como fuente principal” (p. 45, traducción propia). El caso hikikomori ilustra cómo la hipermordernidad produce sujetos hiperconectados y al mismo tiempo desvinculados del lazo social, atrapados en dinámicas de consumo simbólico y tecnológico.

En un sentido complementario, Hartdt y Negri (2004) introducen el concepto de multitud, como distintivo de masa. Al igual que Han, sostienen que la multitud se compone de una pluralidad de singularidades, irreductibles a una identidad común, lo que contrasta con la homogeneidad del pueblo moderno. “Las partes componentes del pueblo son indiferentes dentro de su unidad; se convierten en identidad negando o dejando de lado las diferencias. De este modo, las singularidades plurales de la multitud contrastan con la unidad indiferenciada del pueblo” (Hardt y Negri, 2004, p.127).

Tanto en la noción del enjambre digital de Han, como en la multitud de Hardt y Negri, se evidencia la fragmentación del lazo social y la ausencia de una identidad común que los unifique, emergiendo subjetividades hiperconectadas, pero aisladas. Esta nueva forma de organización, deja ver cómo las tecnologías digitales operan como dispositivos que producen subjetividades.

3.3 El poder invisible: psicopolítica, big data y autoexplotación

En la hipermoderneidad, el poder adopta nuevas formas. Mientras que en las sociedades modernas, el poder se ejercía a través de dispositivos disciplinarios, en la actualidad, esta lógica se interioriza como psicopoder, siendo una forma de dominio más sutil, interna y difícil de identificar. Han (2014b), describe que el pasaje del biopoder al psicopoder implicó una profunda transformación en las formas de dominio, y caracteriza al psicopoder como un mecanismo más sutil y poderoso, que “escapa de toda visibilidad” (p.28), ya no se trata de vigilar para castigar, sino de seducir para explotar. El poder se vuelve psicológico, internalizando y actuando desde el deseo y la voluntad de los sujetos. El autor sostiene que el sujeto no es consciente del sometimiento, quedando completamente oculta esta forma de dominación, y es en esta inconsciencia que el sujeto se cree libre y emancipado. “Cuanto mayor es el poder, más silenciosamente actúa” (p.27).

Mientras el biopoder buscaba controlar los cuerpos desde el exterior, mediante la vigilancia institucional, la psicopolítica actúa desde el interior, incentivando la autoexplotación bajo apariencias de autonomía. El sujeto hipermoderno se construye como un emprendedor de sí mismo, hiperactivo, estimulado por una sociedad del rendimiento que lo bombardea constantemente con slogans como “No pain no gain” o “Just do it”. En esta lógica los sujetos se autoexplotan siguiendo mandatos ajenos, creyendo que cuanto más se optimicen y se expongan, más realizados estarán. Han (2014b) describe esta situación expresando que: “Hoy cada uno es un trabajador que se explota a sí mismo en su propia empresa. Cada uno es amo y esclavo en una persona” (p.17).

El sujeto se convierte en su propio jefe, enfrentado consigo mismo y explotándose voluntariamente, en un modo de producción que convierte a la libertad en su principal instrumento de control. Según el autor, la libertad de poder hacer, genera más coacción que el deber disciplinario, ya que “el deber tiene un límite. El poder hacer, por el contrario, no tiene ninguno” (Han, 2014b, p.12). Es por esto que la libertad se vuelve paradojal: “la libertad, que ha de ser lo contrario de la coacción, genera coacciones” (p.12). Asimismo, el autor sostiene que las enfermedades como el burn out y la depresión expresan esta crisis, manifiesto de una libertad que se convierte desde diferentes vías en coacción (Han, 2014b).

Según Han “el poder inteligente, amable, no opera de frente contra la voluntad de los sujetos sometidos, sino que dirige esa voluntad a su favor” (p. 29).

En este régimen neoliberal, quien fracasa se responsabiliza a sí mismo y se avergüenza, en lugar de cuestionar al sistema. Han (2014b) sostiene que aquí reside la inteligencia del régimen neoliberal: “No deja que surja resistencia alguna controla el sistema” (p.18). Como señala el autor, en la sociedad disciplinaria los sujetos explotados podían reconocer al explotador, como un agente externo, y al hacerlo generar vínculos de solidaridad que posibilitaran la resistencia. En contraste, la autoexplotación neoliberal convierte al sujeto en víctima y victimario, dirigiendo la agresión hacia sí mismo, produciendo depresión en lugar de rebelión (Han, 2014b).

Este tipo de poder no elimina la biopolítica descrita por Foucault, sino que la reconfigura, pasando del régimen de la prohibición, al de la exposición. Se trata de un poder afirmativo, seductor, que explota las emociones positivas. “Seduce en lugar de prohibir” (p.29). De esta manera, la dominación se presenta como una aliada del crecimiento personal, convirtiéndola en una industria. El poder psicopolítico no busca silenciar al sujeto sino que promueve su constante exposición. “No impone ningún silencio. Al contrario: nos exige compartir, participar, comunicar nuestras opiniones, necesidades, deseos y preferencias; esto es, contar nuestra vida” (p.29).

En este contexto, el panóptico foucaultiano se internaliza de otra forma, el control pasa de ser externo a interno. Ya no se necesita un vigilante externo, el psicopoder opera desde adentro y se visualiza a través de las redes sociales, el big data y la autoexposición voluntaria. “El botón de me gusta es un signo. Uno se somete al entramado del poder consumiendo y comunicándose, incluso haciendo clic en el botón de ‘me gusta’ ”(p.30). Este simple acto expresa una forma contemporánea de sujeción, donde el neoliberalismo se expresa como el “capitalismo del me gusta”, en contraposición del capitalismo disciplinario. El poder inteligente actúa identificando, interviniendo y clasificando nuestros pensamientos, tanto conscientes como inconscientes. Para acceder a ellos, no necesita profundizar en grandes investigaciones ya que el sujeto mismo se muestra. Las redes sociales se

convierten en escenario de exposición, el sujeto quiere ser sujeto de deseo y de admiración, y en el me gusta consigue la gratificación, se construye a partir de su imagen y de sus logros exhibidos (Han, 2014b). El autor amplía esta mirada cuando refiere al término big data, como compuesto de big brother y big deal, para señalar cómo “el estado vigilante y el mercado se fusionan” (p.98).

Como menciona Han, los datos personales se capitalizan y comercializan como paquetes de datos, clasificando a los sujetos en función de su valor de mercado (p.99). A modo de ejemplo el autor explica que en cierta empresa de análisis de datos “los individuos son agrupados en 70 categorías. Se ofertan como catálogo como mercancías. Aquellos con un valor económico escaso se les denomina waste, es decir ‘basura’. Los consumidores con un valor de mercado superior se encuentran en el grupo ‘Shooting star’ ” (p.99). De esta manera el big data se configura como “una sociedad de clases digital” (p.99) en la que los sujetos son transformados en mercancías, integrando el consumo en el núcleo mismo de la subjetividad.

En síntesis, la psicopolítica se presenta como un nuevo dispositivo de control que, a través del big data, penetra en lo más íntimo del sujeto, transformando el deseo de libertad en un imperativo de autoexploración y exposición. Este proceso repercute en las subjetividades, deviniendo fragmentadas, múltiples y centradas en la autoimagen.

3.4 Subjetividades fragmentadas, plurales y narcisistas

Las transformaciones sociales y de poder analizadas anteriormente inciden directamente en la construcción del sujeto. La subjetividad hipermoderna comienza a verse como fragmentada e hiperindividualizada. El sujeto abandona las estructuras sólidas que orientaban la vida colectiva, dando lugar a identidades múltiples y cambiantes. Como señalan Lipovetsky y Charles (2006): “La lógica del consumo ha propiciado la aparición de un individuo amo y señor de su vida, fundamentalmente soluble, sin ataduras profundas, con personalidad y gustos fluctuantes” (p.44).

Los autores sostienen, que si bien el sujeto hipermoderno tiene una apariencia autónoma, en realidad es más frágil que nunca, debido a que “las promesas y exigencias que lo definen se vuelven más grandes y más pesadas” (p.9). En este sentido, la hipermodernidad ofrece tanto mayores márgenes de autonomía como una creciente vulnerabilidad subjetiva. A su vez, la fragmentación del yo, se asocia al debilitamiento de los marcos colectivos y protectores de la vida social. “El individuo se encuentra despojado de los planes sociales estructuradores” (p.88).

El sujeto oscila entre imperativos contradictorios: “relajado respecto al saber y las ideologías, y simultáneamente perfeccionista en las actividades deportistas o de bricolaje” (Lipovetsky, 1986, p.111). Esta tensión configuran subjetividades plurales, atravesada por exigencias múltiples y en constante cambio. Bauman (2003b) complementa esta lectura al sostener que las identidades contemporáneas deben ser “lo suficientemente sólidas para ser reconocidas como tales a la vez que lo suficientemente flexibles para no limitar movimientos futuros en circunstancias volátiles de cambios permanentes” (p.55). Así, la transición de las narrativas únicas y estables, a la pluralidad de sentidos, conlleva una gran capacidad adaptativa así como también apertura que posibilita la libertad personal.

Los sujetos ya no están determinados por un relato totalizante, permitiendo crear nuevas formas de existencia y habilitando espacios para la creatividad. Es decir, la caída de los grandes relatos más allá de significar únicamente pérdidas, habilitó nuevas posibilidades, abrió el camino a múltiples formas de vida y significación, lo que podría habilitar en algunos casos mayores márgenes de libertad subjetiva para construir modos de habitar más singulares. Sin embargo, esta apertura de sentido, trae simultáneamente inestabilidad identitaria, ansiedad, cansancio, y dependencia de la mirada del otro, especialmente en los entornos digitales, en donde la subjetividad es validada a través del reconocimiento externo.

En este marco emerge una nueva forma estructural de ser en el mundo. Lipovetsky (1986) menciona que con el proceso de individualización el sujeto sufre un “aggiornamento” narcisista, caracterizado por una individualidad “desestabilizada y tolerante, centrada en la realización emocional de uno mismo, ávida de juventud, de deporte, de ritmo, menos atada a

triunfar en la vida que a realizarse continuamente en la esfera íntima” (p.12). Dicho narcisismo funciona como un dispositivo flexible de adaptación a la fluidez y aceleración hipermoderna, convirtiéndose en un mecanismo de reciclaje psíquico permanente (Lipovetsky, 1986, pp. 58-59).

Bauman (2003b) profundiza esta lógica al situar la construcción del yo en el marco de la modernidad líquida, en la cual las estructuras sólidas (trabajo, familia, comunidad, identidad) se diluyen, dando paso a una existencia más flexibles y transitorias. Según Bauman, en un mundo inestable, se construyen “identidades necesariamente inestables” (Bauman, 2003b, p. 92), que a su vez se convierten en producto de consumo: “la capacidad de ‘ir de compras’ al supermercado de identidades (...) se convierten en el camino real hacia la concreción de las fantasías de identidad” (Bauman, 2003b, p. 90).

La lógica mercantil exige entonces una reinvenCIÓN constantemente, reproduciendo en su modo de ser la lógica de obsolescencia programada propia de los bienes de consumo. Lo que antes se elaboraba para su durabilidad, hoy se concibe como desecharable, tanto objetos, identidades y relaciones humanas, exigiendo constante actualización. Como plantea Bauman (2003b) “los compromisos del tipo ‘hasta que la muerte nos separe’ se convierten en contratos ‘mientras estemos satisfechos’ ” (p.173).

Estas nuevas modalidades vinculares no se construyen en función al compromiso, sino desde una experiencia que no interpele el yo narcisista, buscando la comodidad, la acumulación de experiencias positivas, conexiones e interacciones efímeras, despojando al vínculo de su poder de construcción y crecimiento. En esta misma línea, Bauman (2003a) sostiene que “Las ataduras y los lazos vuelven ‘impuras’ las relaciones humanas, tal y como sucedería con cualquier acto de consumo que proporcione satisfacción inmediata” (p.45). De esta manera, se presentan formas vinculares diversas, desde relaciones abiertas hasta vínculos transitorios, que reflejan la flexibilidad y mercantilización del universo afectivo.

El culto al cuerpo forma parte de otro escenario en donde la subjetividad se mercantiliza. El deporte, la alimentación saludable, el skincare y la imagen corporal se integran en un mercado simbólico, convirtiendo al cuerpo en mercancía y símbolo de éxito.

Han (2013) señala que el cuerpo “se cosifica como objeto de exposición al que hay que optimizar(...) Hay que exponerlo, y con ello explotarlo” (pp. 37-38). Este imperativo estético encubre dinámicas de autoexplotación y optimización disfrazadas de bienestar, generando frustración y agotamiento emocional por nunca alcanzar el ideal.

A modo de resumen, la subjetividad hipermoderna se caracteriza por su liquidez, su fragmentación y su narcisismo vulnerable. La tendencia de los sujetos es ir hacia el reconocimiento y la exposición constante. El yo deja de ser una unidad sólida, y se convierte en un proyecto de consumo, una imagen efímera que debe ser actualizada sin cesar.

Síntesis y consideraciones finales

El recorrido realizado en este trabajo permitió historizar y analizar la construcción de subjetividades desde la modernidad hasta la hipermodernidad, en el marco del sujeto disciplinado al sujeto consumidor. Se evidencia cómo cada época articuló dispositivos de poder y lógicas sociales que moldearon al sujeto. El hilo conductor ha sido el consumo entendido más allá de la práctica económica, como principio organizador de la vida subjetiva, productor de identidades, deseos y formas de vinculación, en estrecha relación con los dispositivos de poder que lo sostienen.

En la modernidad, el sujeto se configuró bajo la centralidad de la razón, el deber y la disciplina. Weber (1905/1991) mostró cómo el capitalismo racional y la ética protestante forjaron un modelo de subjetividad orientado al trabajo, al sacrificio y a la austeridad. Foucault (1976/2007) amplió esta mirada introduciendo la biopolítica como un poder que reguló la vida mediante instituciones disciplinares, automatizando comportamientos. El sujeto moderno se identificaba a través de su profesión y proyectaba su existencia en estructuras sólidas, estables y planificables (Bauman, 2003b).

Con el paso al capitalismo avanzado, Horkheimer y Adorno (1944/1998) describieron la transformación de la razón en instrumento de dominio, vaciando la subjetividad de contenido simbólico y ético, reducida a lo pragmático y funcional, debilitando la capacidad

crítica y la riqueza afectiva. Freud (1921/2018) mostró cómo los impulsos inconscientes operan en las dinámicas colectivas, y Bernays (1928/2008), trasladó ese conocimiento al diseño de estrategias de manipulación simbólica orientadas al consumo masivo. En Bernays, esta manipulación se presenta como estrategia de deseos y en Horkheimer y Adorno (1944/1998), se amplía estructuralmente en la lógica de la industria cultural, donde los productos culturales dejan de ser expresiones autónomas para convertirse en mercancías que homogeniza la experiencia y aseguran la reproducción del sistema capitalista. Asimismo, los sujetos dejan de identificarse con su profesión, y comienzan a hacerlo con objetos y experiencias.

En la hipermodernidad el consumo deja de ser únicamente un acto de compra, convirtiéndose en el núcleo mismo de la subjetividad. Lipovetsky (2006) expresa que esta etapa radicaliza la modernidad, marcada por el hiperconsumo y el individualismo. Bauman (2003b) la describe como una “modernidad líquida”, donde las identidades se convierten en tareas provisionales y las relaciones humanas se viven como bienes de consumo, efímeras y descartables. La industria cultural se actualiza en las plataformas digitales y el big data, donde los algoritmos capturan y personalizan el gusto, captan la atención y la vida afectiva (Radakovich, 2023) Netflix, Spotify, YouTube y las redes sociales ejemplifican cómo la producción cultural ya no se limita a los medios masivos, ahora opera desde la segmentación digital, articulando nuevas formas de control y pertenencia. Han (2014b) muestra cómo el poder pasa de ejercerse de manera coercitiva externa a interna y seductora. La psicopolítica transforma la libertad en instrumento de control, fomentando la autoexplotación. Los sujetos creen ser libres mientras se culpan y exigen el comportamiento de mandatos internalizados.

De este recorrido se desprenden respuestas a las preguntas planteadas en la introducción: las subjetividades que emergen hoy tienden a ser fragmentadas, autoexplotadas y con tendencias narcisistas, como espejo del contexto en la que están inmersas. Las mismas se sostienen y producen a través de dispositivos como la biopolítica, la manipulación simbólica, la industria cultural y especialmente en la psicopolítica digital. Las

tensiones se evidencian en la contradicción entre autenticidad y exposición, deseo propio y deseo inducido, y en sus manifestaciones psíquicas, tales como la hiperactividad, la ansiedad, la depresión, síndromes de aislamiento como el Hikikomori, y el agotamiento extremo como el burnout y karoshi.

Respondiendo a las preguntas finales, el rol del psicólogo adquiere una relevancia central. Comprender al sujeto como producto de estas condiciones históricas y simbólicas permite evitar lecturas individualizantes o patologizantes. Los malestares actuales no pueden entenderse sin referencia a las lógicas del hiperconsumo, la autoexplotación y la fragmentación del lazo social. Desde este lugar, la psicología puede ofrecer un espacio de crítica y resistencia, promoviendo procesos de re-singularización (Guattari, 1998), construcción de sentido auténtico y de recuperación de lazos colectivos que habiliten otras formas de subjetividad menos alienadas y más sostenibles.

En este horizonte, la crítica se vuelve una herramienta esencial. Foucault (1995) la define como “el arte de la incertidumbre voluntaria, el de la indocilidad reflexiva” (p.8), recordando que ejercerla es cuestionar las verdades que sostienen al poder, “no querer ser gobernado (...) es no aceptar como verdadero lo que una autoridad afirma, salvo que uno mismo considera como válidas las razones para aceptarlo” (p.7).

Asimismo, recuperar la dimensión contemplativa además de ser un gesto contracultural, se vuelve en una posibilidad de resistencia frente a la mercantilización de la existencia. Han (2023) plantea que “la inactividad es una forma de esplendor de la existencia humana” (p.11) refiriéndose a que no todo valor está en la productividad ni en la acción constante. La inactividad se presenta como contrapartida al “ruido de fondo de la comunicación” (p.97), permitiendo volver a uno mismo, equilibrar y abrir espacios de silencio y pausa. A su vez, Han (2023) propone la “vita composita” como integración entre la vita activa y la vita contemplativa, sosteniendo que la vida humana se realiza en esta fusión (p. 105). Lo contemplativo se articula con lo inútil como fuente de felicidad: “la verdadera felicidad se debe a lo vano e inútil, a lo reconocidamente poco práctico, a lo improductivo” (Han, 2023, p.15).

Esta reivindicación del tiempo no productivo dialoga con el *slow movement* (Honoré, 2006), que propone desacelerar la vida cotidiana, reconectar con los ritmos naturales, y priorizar la calidad ante la cantidad, expresa: “Lento es (...) sereno, cuidadoso, receptivo, silencioso, intuitivo, pausado, paciente y reflexivo; (...) la calidad prima sobre la cantidad” (p. 25). A su vez, Paul Shepard (1982) reflexiona sobre la desconexión con nuestro pasado evolutivo y con la vida natural, expresando que se genera un profundo dolor mal interpretado, una nostalgia por el mundo desaparecido de las culturas recolectoras que se traduce en patologías modernas. Fromm (2007) plantea que la verdadera plenitud humana no se encuentra en la lógica del tener, sino en la del ser. Mientras que la orientación hacia el tener conduce a la acumulación de bienes, la competencia y la enajenación, el modo de ser se fundamenta en una relación viva y auténtica con el mundo.

Incorporar estas perspectivas permite pensar que si bien el consumismo moldea subjetividades apresuradas, desconectadas y orientadas al rendimiento, existen fisuras y alternativas como *la vida contemplativa*, el *slow movement* y la actitud crítica que abren la posibilidad de construir subjetividades menos alienadas, capaces de recuperar la escucha y la experiencia de lo gratuito. De esta manera, el psicólogo además de acompañar el sufrimiento psíquico, puede abrir espacios clínicos y comunitarios donde el sujeto recupere su capacidad de pausa y de deseo no subordinado al mercado, emergiendo su yo más auténtico y orientado al ser. El desafío está entonces no solo en comprender cómo el consumismo produce subjetividad, sino también en imaginar cómo esta puede transformarse y abrirse a nuevas formas de habitar el mundo, más libres, más críticas, más naturales.

Referencias bibliográficas

- Araújo, A. M. (2011). *Sociología clínica: Una epistemología para la acción*. Psicolibros Universitarios.
- Bauman, Z. (2003a). *Amor líquido: Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos* (M. Rosenberg, Trad.). Fondo de Cultura Económica.

- Bauman, Z. (2003b). *Modernidad líquida* (M. Rosenberg & J. Arrambide Squirru, Trad.). Fondo de Cultura Económica. (Obra original publicada en 2000)
- Berardi, F. (2003). *La fábrica de la infelicidad: Nuevas formas de trabajo y movimiento global* (M. A. Hendrickson & P. Amigot Leatxe, Trad.). Traficantes de Sueños.
- Bernays, E. (2008). *Propaganda* (A. Fuentes, Trad.; T. Segarra, Intr.). Editorial Melusina.
- Bornhauser, N. & Ochoa, D. (2012). *Los derroteros de la sublimación en la obra freudiana*. Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría, 32 (116), 757–769.
<https://dx.doi.org/10.4321/S0211-57352012000400006>
- De Brasi, J. (1990). A modo de introducción. Crítica del dualismo. En *Subjetividad, grupalidad, identificaciones. Apuntes meta grupales* (pp. 9–24). Búsqueda Grupo Cero.
- De Gaulejac, V. (1995). Lo irreducible social y lo irreducible psíquico. Universidad de París VII. Recuperado de
<https://es.scribd.com/document/40251894/De-Gaulejac-Vincent-Lo-irreductible-social-y-lo-irreducible-psiquico>
- De Gaulejac, V. (1997). El sujeto entre el inconsciente y los determinismos sociales. Universidad de la República, Plataforma EVA. Recuperado de
https://evia-cursos.psico.edu.uy/pluginfile.php/67891/mod_resource/content/2/Ponencia%20Gaulejac.pdf
- Fernández, A. M. (1999). Notas para la constitución de un campo de problemas de la subjetividad. En A. M. Fernández (Ed.), *Instituciones estalladas*. EUDEBA.
- Fernández, A. M. (2002). *El campo grupal: Notas para una genealogía*. Nueva Visión.
- Foucault, M. (1995). ¿Qué es la crítica? (A. Gabilondo, Trad.). Universidad de Chile. (Conferencia de 1978).
- Foucault, M. (2002). *Vigilar y castigar: Nacimiento de la prisión* (A. Garzón del Camino, Trad.). Siglo XXI Editores. (Obra original publicada en 1975)

- Foucault, M. (2007). *Nacimiento de la biopolítica: Curso en el Collège de France* (1978–1979) (H. Pons, Trad.; M. Senellart, Ed.; F. Ewald & A. Fontana, Dirs.). Fondo de Cultura Económica. (Trabajo original publicado en 2004)
- Freud, S. (1992). *Obras completas. Volumen 7 (1901–1905): Fragmento de análisis de un caso de histeria (Dora). Tres ensayos de teoría sexual y otras obras* (J. L. Etcheverry, Trad.). Amorrortu Editores.
- Freud, S. (2008). *El malestar en la cultura* (L. López-Ballesteros, Trad.). Alianza. (Obra original publicada en 1930)
- Freud, S. (2018). *Psicología de las masas y análisis del yo*. Biblioteca Virtual OMEGALFA. <https://omegalfa.es> (Obra original publicada en 1921)
- Fromm, E. (2007). *Tener o ser*. Paidós.
- Fromm, E. (2016). *El arte de amar: Una investigación sobre la naturaleza del amor* (N. Rosenblatt, Trad.). Paidós. (Obra original publicada en 1956)
- Guattari, F. (1998). El devenir de la subjetividad: Conferencias, entrevistas, diálogos (Chile, 1991) (C. Santa Cruz, Trad.; M. D. Norambuena, Intr.). Dolmen Ediciones
- Han, B.-C. (2013). *La sociedad de la transparencia* (R. Gabás, Trad.). Herder. (Obra original publicada en 2012)
- Han, B.-C. (2014a). *En el enjambre* (R. Gabás, Trad.). Herder.
- Han, B.-C. (2014b). *Psicopolítica: Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder* (A. Bergés, Trad.). Herder.
- Han, B.-C. (2017). *La expulsión de lo distinto*. Herder.
- Han, B.-C. (2023). *Vida contemplativa: Elogio de la inactividad* (M. Alberti, Trad.). Taurus.
- Hardt, M., & Negri, A. (2004). *Multitud: Guerra y democracia en la era del Imperio* (J. A. Bravo, Trad.). Random House Mondadori.
- Honoré, C. (2006). *Elogio de la lentitud: Un movimiento mundial desafía el culto a la velocidad* (J. Fibla Feito, Trad.). RBA Libros. (Obra original publicada en 2004)
- Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (1998). *Dialéctica de la Ilustración: Fragmentos filosóficos* (J. J. Sánchez, Trad. e intr.). Trotta. (Obra original publicada en 1944)

- Lipovetsky, G. (1986). *La era del vacío: Ensayos sobre el individualismo contemporáneo* (J. Vinyoli & M. Pendarx, Trad.). Anagrama.
- Lipovetsky, G., & Charles, S. (2006). *Los tiempos hipermodernos* (A. Prometeo Moya, Trad.). Anagrama. (Obra original publicada en 2004)
- Lyotard, J.-F. (2000). *La condición posmoderna: Informe sobre el saber* (M. Antolín Rato, Trad.). Cátedra. (Obra original publicada en 1979)
- Marcuse, H. (1993). *El hombre unidimensional: Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada* (A. Elorza, Trad.). Planeta-De Agostini.
- Nietzsche, F. (2006). *Así habló Zaratustra* (A. Sánchez Pascual, Trad.). Alianza Editorial. (Obra original publicada en 1883)
- Pichón-RivièrE, E. (1985a). *El proceso grupal: Del psicoanálisis a la psicología social*. Nueva Visión.
- Pichón-RivièrE, E., & Pampliega de Quiroga, A. (1985b). *Psicología de la vida cotidiana*. Nueva Visión.
- Radakovich, R. (2023). *Las matrices del gusto: De la distinción a los algoritmos*. Comunicación y Medios, 32(48), 84–95.
<https://doi.org/10.5354/0719-1529.2023.71013>
- Schnitman, D. F. (1998). *Nuevos paradigmas, cultura y subjetividad*. Paidós.
- Shepard, P. (1982). *Naturaleza y locura*. Fondo de Cultura Económica.
- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas* (A. Giacometti, Trad.). Caja Negra Editora. (Obra original publicada en 2016)
- Tamaki, S. (2013). *Hikikomori: Adolescence without end* (J. Angles, Trad.). University of Minnesota Press. (Obra original publicada en 1998)
- Weber, M. (1991). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo* (J. Chávez Martínez, Trad.). Premia Editora. (Obra original publicada en 1905)