

La batalla cultural en la era del Tecnofeudalismo

The cultural battle in the age of Technofeudalism

El futuro está siendo privatizado frente a nuestros ojos, y lo llamamos progreso.
Yanis Varoufakis

Daniel Vaca Pereira Roca

Licenciado en Comunicación Estratégica y Corporativa por la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra (UPSA). Postítulo en Creatividad para la Comunicación Estratégica por la misma universidad. Experiencia profesional como social media manager, director de comunicación digital, director creativo, docente universitario y periodista.
Correo: danielvacapereira@gmail.com

Fecha de recepción: 29/05/2025

Fecha de aprobación: 16/06/2025

Resumen

En la era de las plataformas digitales, el capitalismo ha mutado hacia una nueva forma de organización económica y simbólica que Yanis Varoufakis denomina *tecnofeudalismo*. Este artículo propone un abordaje crítico del ecosistema digital contemporáneo, donde plataformas como Google, Meta, X o TikTok actúan como nuevos señores feudales que capturan valor a través de la infraestructura, la atención y la subjetividad. A partir de una revisión teórico-conceptual interdisciplinaria, se analizan cinco dimensiones clave de este régimen: la economía de la atención como forma de acumulación simbólica; la performatividad y polarización afectiva como condiciones de subjetivación; la fragmentación del espacio público y la crisis de sentido; el poder algorítmico como nueva forma de control; y las estrategias emergentes de tecnopolítica y contrahegemonía. Se incorporan autores como Zuboff, Han, Žižek, Dean, Morozov y Terranova para llegar a la conclusión que disputar la cultura digital desde una perspectiva crítica es una tarea urgente para reimaginar una esfera pública democrática y habitable.

Palabras clave: *tecnofeudalismo, plataformas digitales, economía de la atención, subjetividad digital, tecnopolítica, hegemonía cultural.*



Abstract

In the platform age, capitalism has evolved into a new economic and symbolic regime that Yanis Varoufakis calls *technofeudalism*. This article offers a critical approach to the contemporary digital ecosystem, where platforms such as Google, Meta, X and TikTok operate as new feudal lords, extracting value through infrastructure, attention, and subjectivity. Drawing on an interdisciplinary theoretical framework, the text examines five core dimensions of this regime: the attention economy as a model of symbolic accumulation; affective polarization and performativity as conditions of subjectivation; the fragmentation of the public sphere and the crisis of meaning; algorithmic power as a mode of control; and emerging strategies of technopolitics and counter-hegemony. Key theorists include Zuboff, Han, Žižek, Dean, Morozov and Terranova. The article concludes that critically engaging with digital culture is an urgent task for reimagining a democratic and inhabitable public sphere.

Keywords: *technofeudalism, digital platforms, attention economy, digital subjectivity, technopolitics, cultural hegemony.*

Introducción

En las últimas dos décadas, el avance de las plataformas digitales ha reconfigurado profundamente las condiciones de producción, circulación y apropiación del discurso público. Lo que inicialmente se presentó como una promesa democratizadora -acceso abierto, comunicación horizontal, inteligencia colectiva - se ha consolidado en un ecosistema altamente concentrado, gobernado por corporaciones tecnológicas que median casi toda interacción social, económica y simbólica.

Este artículo parte del diagnóstico de tecnofeudalismo formulado por Yanis Varoufakis (2023), quien sostiene que las lógicas del capitalismo industrial han sido desplazadas por un nuevo régimen basado en la propiedad privada de las infraestructuras digitales. A diferencia del capitalismo clásico, que se basaba en la explotación del trabajo asalariado, el tecnofeudalismo extrae valor a través del acceso, la visibilidad y la captura de atención. Las plataformas ya no son simples intermediarias: son nuevas soberanías privadas que regulan el sentido y administran el vínculo.

La hipótesis central de este trabajo es que la cultura digital contemporánea solo puede entenderse si se analiza como una forma de hegemonía tecnopolítica estructurada en torno a algoritmos, arquitecturas de datos, economías emocionales y dispositivos de control. Esta hegemonía no se impone mediante la censura directa, sino a través del diseño de las condiciones mismas de posibilidad del discurso. La visibilidad se convierte en capital; la subjetividad, en mercancía.

Desde una perspectiva interdisciplinaria que articula teoría crítica, estudios culturales y filosofía política, este artículo propone un recorrido por cinco núcleos analíticos: (1) la economía de la atención como nueva forma de acumulación simbólica; (2) la subjetividad performativa y la polarización afectiva; (3) la fragmentación del espacio público y la crisis de sentido; (4) el poder algorítmico y las nuevas formas de vigilancia; y (5) las estrategias emergentes de contrahegemonía y tecnopolítica.

Lejos de adoptar una visión tecnofóbica o celebratoria, el enfoque es estratégico: entender las tecnologías digitales como campos de lucha y diseñar formas de resistencia y reapropiación del sentido común.

El tecnofeudalismo y la economía de la atención

Tecnofeudalismo: plataformas como nuevos señores digitales

En la tesis de Yanis Varoufakis (2023), el capitalismo ha dado paso a una nueva formación económica: el tecnofeudalismo. A diferencia del capitalismo clásico -basado en la propiedad de los medios de producción y la extracción de plusvalía a través del trabajo asalariado- el tecnofeudalismo se basa en la propiedad de plataformas que median todas las interacciones económicas, sociales y simbólicas. Estas plataformas no simplemente ofrecen servicios: son infraestructuras privadas que se convierten en condiciones de posibilidad para la vida social misma. *Google, Meta, Amazon, TikTok y X (ex Twitter)* actúan como nuevos señores feudales que recaudan rentas por el acceso a espacios digitales sin los cuales resulta casi imposible existir públicamente.

Lo que está en juego no es solo el control del contenido, sino la arquitectura misma de circulación. Las plataformas capturan flujos de atención y los transforman en valor económico mediante esquemas de extracción de datos, publicidad segmentada y optimización algorítmica. Esta forma de extracción de valor no requiere necesariamente trabajo asalariado: se basa en la participación voluntaria, la expresión emocional y la constante generación de datos. Como señala Shoshana Zuboff (2019), estamos ante un nuevo régimen de expropiación simbólica.

Renta digital y nuevas formas de acumulación

En el tecnofeudalismo, la noción de renta se expande más allá del terreno físico o financiero. Se convierte en renta digital, es decir, en captura de valor a través del control de la infraestructura y el tiempo de atención. Las plataformas no producen contenido, pero lo rentabilizan. Los usuarios no son trabajadores remunerados, pero su actividad genera ingresos. Este modelo se asemeja más a las relaciones feudales que a las industriales: los usuarios “habitan” un territorio (la plataforma), pero no lo poseen ni gobiernan; están sometidos a sus normas y pueden ser expulsados sin apelación.

Casos como el de *TikTok Shop* lo ilustran claramente: la aplicación no solo aloja contenido, sino que controla el entorno completo de la experiencia comercial, desde la visibilidad del producto hasta la interfaz de compra. Al concentrar todas las etapas de la cadena de valor, la plataforma se convierte en intermediaria total. Lo mismo ocurre con *Meta Verified* (el sistema de pago por verificación y visibilidad en *Instagram* y *Facebook*) o con las suscripciones en *X*, donde pagar garantiza prioridad en la visibilidad de las publicaciones. Se trata de una economía donde la atención es moneda y la visibilidad, privilegio.

El nuevo modo de producción atencional

Como han señalado autores como Yves Citton (2017) y Jonathan Beller (2006), la economía contemporánea está orientada a la captura de la atención como recurso escaso. En esta lógica, los usuarios son al mismo tiempo productores y consumidores de atención: compiten por visibilidad mientras su comportamiento es monetizado. Esta doble condición genera formas de autoexplotación simbólica en las que el éxito depende de la capacidad de generar contenido viral, emocional, fácilmente codificable y replicable.

Este régimen no solo transforma las formas de producción cultural, sino también las subjetividades. El yo se convierte en interfaz, la identidad en marca personal, la interacción en es-

tadística. Cuanto más tiempo se permanece en la plataforma, más valioso se vuelve el sujeto. El trabajo ya no se limita al horario laboral: se extiende a cada clic, cada scroll, cada reacción.

Algoritmos, plataformas y arquitectura del deseo

La economía de la atención no opera en el vacío: está gobernada por algoritmos que ordenan, filtran y priorizan la información. Estos algoritmos no son neutros, sino dispositivos de gobierno que configuran la experiencia del mundo. Lo que se ve, lo que se ignora, lo que se silencia o viraliza depende de modelos opacos de cálculo que responden a intereses corporativos, no democráticos. Así, los algoritmos actúan como una nueva forma de censura algorítmica: no eliminan por decreto, pero invisibilizan por omisión.

La lógica de plataformas como *Instagram* (con su feed algorítmico) o *YouTube* (con sus recomendaciones automatizadas) produce una experiencia del mundo mediada por criterios de rentabilidad emocional y económica. La personalización genera burbujas de contenido diseñadas para maximizar la retención, no la comprensión. Esto puede tener consecuencias políticas, como dificultar el debate, la construcción de marcos comunes y la elaboración de proyectos colectivos.

Subjetividad performativa y polarización afectiva

Subjetividades en exposición: de la transparencia al espectáculo

En la cultura digital contemporánea, la performatividad ya no es una elección sino una condición estructural de existencia. Las redes sociales configuran un escenario donde los sujetos interactúan no solo para comunicarse, sino para representarse, exhibirse y optimizarse frente a una audiencia potencialmente infinita. Esta dinámica está profundamente atravesada por lo que Byung-Chul Han (2012) ha denominado como sociedad de la transparencia, donde la visibilidad se convierte en una exigencia moral y económica. Exponerse es existir.

En este régimen, la vigilancia no se impone: se ofrece como oportunidad. El sujeto digital se autoexplora a través de su actividad emocional y su expresión pública. Como señala Jodi Dean (2009), la política digital ya no se organiza en torno al discurso argumentativo, sino a la circulación de signos afectivos: lo importante no es lo que se dice, sino cuánto se reacciona. Cada gesto se mide en *likes*, *retuits* o comentarios. La identidad deviene interfaz; la política, performance.

Un ejemplo paradigmático es Elon Musk, cuya figura no solo encarna la autoridad empresarial, sino también la del provocador performativo: tuitea memes, opina en tiempo real sobre temas geopolíticos, lanza criptomonedas o despide empleados en vivo. Musk no solo comunica: escenifica. Este tipo de liderazgo es propio de la economía de la atención, donde el impacto simbólico sustituye a la coherencia ideológica. La figura del *influencer* político, del presidente *streamer* o del *youtuber* ideológico ilustra esta fusión entre entretenimiento, capital simbólico y control discursivo.

Cultura del shock: viralidad emocional y afectos extremos

Esta performatividad está estrechamente vinculada con una cultura del shock (Klein, 2007), en la que la emoción intensa -especialmente la negativa- se convierte en motor del discurso. Las plataformas recompensan los contenidos que generan indignación, miedo o risa escandalosa. Este entorno favorece la simplificación, la polarización y la dramatización. La verdad se vuelve irrelevante ante la potencia viral del afecto.

Los algoritmos no privilegian lo veraz, sino lo compartible. En consecuencia, el conflicto deja de ser una herramienta de disenso y se convierte en espectáculo. Cada controversia es una oportunidad para acumular atención; cada opinión extrema, una moneda simbólica. En plataformas como X (ex *Twitter*) o *TikTok*, la estrategia del choque se convierte en capital político.

Los modelos de Inteligencia Artificial (IA) generativa que simulan conversación emocional -como *Replika* o *Snapchat AI*- intensifican esta dinámica. Diseñados para generar respuestas empáticas, refuerzan la personalización afectiva del discurso. La tecnología no solo media el lenguaje, sino también las emociones. La polarización, entonces, no solo divide posiciones políticas, sino también climas afectivos.

Radicalización algorítmica y fragilidad del vínculo

La lógica del feed perpetuo y la respuesta inmediata favorece la afirmación sin reflexión. Como advirtió Cass Sunstein (2017), la personalización extrema conduce a cámaras de eco en las que los sujetos sólo encuentran refuerzos de sus propias creencias. Este fenómeno está documentado en plataformas como *YouTube*, donde la radicalización se produce no por contacto directo con discursos extremos, sino por recomendaciones algorítmicas progresivas.

El resultado es una subjetividad hiperconectada pero emocionalmente saturada, expuesta a una constante exigencia de posicionamiento. Pensar se convierte en reaccionar, y reaccionar, en sobrevivir simbólicamente. La cultura digital no deja lugar para el matiz ni la pausa: exige velocidad, contundencia y espectacularidad.

Fragmentación de lo público y crisis de sentido

De la esfera pública al *feed*: el derrumbe del espacio común

Jürgen Habermas (1981) conceptualizó la esfera pública como un ámbito de encuentro racional entre ciudadanos libres e iguales, donde los asuntos comunes se debaten con argumentos, no con propaganda ni coerción. En el entorno digital actual, esta esfera ha sido desplazada por lo que podríamos llamar *esferas privadas de visibilidad*, controladas por corporaciones tecnológicas que configuran quién habla, qué se ve y qué se ignora.

La migración del espacio público al *feed* algorítmico ha desarticulado las condiciones de producción de sentido común. La personalización masiva de los contenidos, lejos de generar pluralismo, favorece la fragmentación. Cada usuario se relaciona con una versión distinta del mundo, diseñada según patrones de comportamiento y maximización de retención. En lugar de conversar, cada uno grita en su microclima.

Casos como la radicalización política mediante algoritmos en *YouTube* o el fortalecimiento de cámaras de eco en X han sido ampliamente documentados. Incluso plataformas originalmente pensadas para la creatividad o la diversión, como *TikTok*, hoy reproducen burbujas ideológicas y afectivas que refuerzan percepciones individuales en lugar de promover el encuentro.

Hiperfragmentación, sentido y soledad conectada

Esta atomización de la experiencia comunicacional genera lo que Franco Berardi (2015) llama “soledad conectada”: una forma de aislamiento afectivo que no se basa en la falta de inte-

racción, sino en la falta de comunidad. El estar “en línea” todo el tiempo no implica estar acompañado; muchas veces, implica estar en competencia simbólica, afectiva y cognitiva.

Zygmunt Bauman (2000) planteó que la Modernidad Líquida disolvía los vínculos sólidos y las certezas duraderas. En la era digital, esa disolución se ha acelerado. Los sujetos transitan contenidos sin sedimentación; los vínculos se construyen en base a afinidades inmediatas; la verdad se vuelve una variable de la viralidad. La experiencia pública se transforma en una secuencia ininterrumpida de estímulos, sin continuidad ni profundidad.

Este fenómeno genera una crisis de sentido estructural: no hay horizonte común, ni gramática compartida, ni relatos estables. La multiplicación de narrativas, lejos de producir una polifonía democrática, desemboca en una cacofonía despolitizante. Como advierte Evgeny Morozov (2013), el problema no es el exceso de información, sino la falta de mediación crítica entre los datos y la vida.

La posdemocracia digital: de la deliberación al espectáculo

En este contexto, la política pierde su carácter argumentativo y se transforma en espectáculo emocional. La deliberación democrática exige tiempo, escucha y apertura al otro. Pero la dinámica digital privilegia la velocidad, la afirmación y la identidad. En lugar de construir argumentos, se lanzan consignas. En lugar de buscar acuerdos, se compite por *likes*.

La esfera pública se convierte en un terreno de exhibición de posiciones, no de articulación de proyectos colectivos. Lo común se disuelve, y con ello, también la idea de ciudadanía como práctica activa. Como señala Chantal Mouffe (2018), sin conflicto democrático no hay política, pero sin un espacio compartido, el conflicto se vuelve guerra de posiciones sin reglas comunes.

El impacto de esta mutación es profundo. En lugar de sujetos políticos, proliferan consumidores de discursos. En lugar de pueblo, audiencias. Y en lugar de política, gestión de algoritmos. La democracia digital, sin intervención estructural, corre el riesgo de convertirse en una ficción operativa, donde el disenso es tolerado sólo si es rentable.

Poder, vigilancia y gobierno algorítmico

Del panóptico a la nube: nuevas formas de control

El poder en la era digital no se manifiesta mediante la represión o la censura directa, sino a través de formas de gobierno algorítmico que estructuran silenciosamente los márgenes de lo posible. Michel Foucault (1975) describió cómo las sociedades modernas se organizaban en torno a dispositivos de vigilancia –el hospital, la escuela, la prisión– que permitían observar y disciplinar los cuerpos. Hoy, ese modelo ha mutado.

Gilles Deleuze (1992) anticipó este tránsito en su texto sobre las “sociedades de control”: el poder ya no se concentra en instituciones, sino que se dispersa en redes. Se ejerce a través de flujos, interfaces, datos. No hay encierro, pero sí seguimiento continuo. No hay autoridad visible, pero sí algoritmos que modulan el comportamiento. No se vigila desde fuera: el sujeto se vuelve el operador de su propia normalización.

Capitalismo de la vigilancia: datos como recurso y amenaza

Shoshana Zuboff (2019) denomina este nuevo orden como “capitalismo de la vigilancia”, donde el excedente conductual -todo aquello que el usuario hace sin intención de comunicar- se captura, procesa y monetiza. Esta lógica ya no se basa en el consentimiento informado, sino en la opacidad operativa. Lo que hacemos, lo que decimos, lo que sentimos -incluso lo que pensamos, en ciertas condiciones- es registrado, perfilado y vendido.

La recolección de datos ya no se limita al comportamiento digital: se expande al cuerpo. *Amazon Halo*, *Apple Health* y otros dispositivos portables monitorizan frecuencia cardíaca, calidad del sueño, tono de voz, movimiento corporal. La integración entre cuerpos, dispositivos y nubes de datos inaugura una forma de *biopolítica digital*, en la que la vida es gobernada desde la estadística y la predicción.

Gobierno automático: algoritmos, normas y automatización del juicio

El poder algorítmico no solo observa: decide. Plataformas como *Facebook* o *YouTube* eliminan contenidos, sancionan cuentas y definen relevancias sin intervención humana directa. La moderación algorítmica automatiza el juicio político, imponiendo una noción de “neutralidad” que encubre sesgos de diseño, normas ideológicas y prioridades económicas.

Evgeny Morozov (2013) advierte sobre el peligro de la “solución tecnológica” como lógica dominante: todo problema se presenta como una falla técnica, no como una cuestión política o social. Se sustituye el debate por el ajuste de parámetros; la disputa por la ingeniería.

Esto plantea un dilema democrático de gran magnitud: ¿quién programa a los programadores? ¿Quién audita los sesgos del sistema? Preguntas aún sin respuestas claras.

Contrahegemonía y tecnopolítica

De la crítica a la acción: la tecnopolítica como práctica transformadora

Frente al avance del tecnofeudalismo y la consolidación del capitalismo de la vigilancia, se abre un campo de disputa que no es meramente discursivo, sino infraestructural y estratégico. La tecnopolítica surge como una praxis orientada a disputar el diseño, el uso y el significado de las tecnologías digitales, con el fin de recuperar autonomía, sentido y comunidad.

No se trata de rechazar la tecnología, sino de intervenir en su forma de ser, de operar y de gobernar. Como plantea el colectivo Tecnopolítica del Internet Interdisciplinary Institute (IN3) (2012), la tecnopolítica no es sólo uso de tecnologías por parte de movimientos sociales, sino el desarrollo de “culturas técnicas propias” que cuestionan el poder dominante y ensayan formas alternativas de producción, relación y organización.

Contrahegemonía digital: entre subversión y reapropiación

Siguiendo el marco gramsciano, la hegemonía cultural no se impone sólo desde arriba: también se sostiene por consentimiento, repetición y naturalización. Romper esa hegemonía digital implica generar *contrahegemonías* que disputen tanto el contenido como la forma de los medios. Esto requiere imaginar plataformas, lenguajes, protocolos y normas que no reproduzcan la lógica de control, acumulación y extractivismo de los actuales gigantes tecnológicos.

El *fediverso* (con plataformas como *Mastodon* o *PeerTube*) es un ejemplo emergente de arquitectura federada y descentralizada, en la que no hay un único dueño ni un algoritmo de control centralizado. Las redes *open-source*, las plataformas cooperativas y los movimientos de comunes digitales apuestan por un entorno en el que la tecnología no sea un medio de rentabilidad, sino una infraestructura del vínculo.

Soberanía tecnológica: el nuevo horizonte democrático

La soberanía ya no puede entenderse exclusivamente en términos territoriales. En el contexto digital, implica el control sobre las infraestructuras que median la vida cotidiana: servidores, datos, algoritmos, nubes, protocolos. Diversos países del Sur Global han comenzado a plantear políticas de soberanía tecnológica, exigiendo que los datos de sus ciudadanos no sean almacenados en jurisdicciones extranjeras, y explorando la creación de sistemas propios de identidad digital, correo electrónico y gobernanza algorítmica.

Esta soberanía también es comunitaria: implica que las poblaciones puedan definir las reglas de uso de sus tecnologías, sin quedar atrapadas en infraestructuras privatizadas. Como plantea Tiziana Terranova (2004), imaginar otra internet no es un sueño utópico, sino una tarea política urgente.

Imaginación sociotécnica y construcción de lo común

El mayor desafío no es solo técnico, sino cultural: imaginar un ecosistema donde las tecnologías no sean herramientas de dominio, sino de cuidado. Esto requiere recuperar el valor de lo común, de la colaboración no mercantilizada, de la creatividad colectiva fuera de los márgenes del rendimiento.

Como señala Donna Haraway (1991), necesitamos alianzas *ciborg*, entre humanos y máquinas, entre comunidades y redes, que desafíen las divisiones tradicionales y ensayen nuevas formas de coexistencia. La tecnopolítica no es solo un acto de resistencia: es también una pedagogía, una estética y una forma de habitar lo digital desde el deseo, no desde el miedo.

Conclusiones

En este recorrido crítico, se ha argumentado que la cultura digital contemporánea no puede ser comprendida al margen de la mutación estructural que Varoufakis (2023) denomina tecnofeudalismo. Este nuevo régimen económico, basado en la propiedad de infraestructuras digitales y la extracción de renta de la atención, reemplaza las formas clásicas del capitalismo por relaciones de subordinación algorítmica, concentración simbólica y vigilancia permanente. Ya no se trata simplemente de comunicar, sino de habitar entornos configurados por corporaciones que controlan los flujos, las jerarquías y los sentidos.

La vida social digitalizada está marcada por la economía de la atención, donde la visibilidad es capital, y por la cultura de la performatividad, donde la subjetividad se transforma en interfaz. La lógica del shock, la polarización afectiva y la hiperfragmentación del espacio público no son desviaciones o disfunciones: son síntomas estructurales de una arquitectura tecnopolítica que privilegia la velocidad, el escándalo y la acumulación de datos por sobre la deliberación, el encuentro y la construcción colectiva del sentido.

En este entorno, la democracia pierde sustancia. La esfera pública se diluye en *feeds* personalizados; la ciudadanía se reduce a interacciones; la verdad se vuelve una función del algoritmo. Lo común, en tanto horizonte compartido, se ve erosionado por la privatización de la infraestructura y la individualización del vínculo social. La tecnopolítica dominante no solo transforma el presente, sino que captura la imaginación del futuro, presentando lo existente como inevitable.

Sin embargo, este diagnóstico no conduce al cinismo ni al repliegue. Existen prácticas, conceptos y movimientos que ensayan resistencias creativas: tecnopolíticas comunitarias, plataformas descentralizadas, movimientos por la soberanía tecnológica, medios lentos, redes cooperativas, alfabetización digital crítica y reappropriaciones simbólicas del lenguaje técnico.

Frente al cierre del mundo en clave algorítmica, el desafío es abrir espacios de posibilidad. Politizar lo técnico, imaginar infraestructuras del común, disputar la hegemonía cultural de las plataformas y construir subjetividades menos vulnerables a la expropiación emocional son tareas colectivas, urgentes y estratégicas. El tecnofeudalismo no es un destino, sino un campo de batalla.

Pensar críticamente la cultura digital -desde la filosofía, la sociología, la economía política y la praxis tecnológica- no es un ejercicio académico: es una forma de intervenir en el presente. En un mundo fatigado por la espectacularización y la desinformación, defender el pensamiento complejo, el diálogo sostenido y la imaginación colectiva es, en sí mismo, un acto de resistencia.

Referencias

- Bauman, Z. (2000). *Liquid Modernity*. Polity Press.
- Berardi, F. (2015). *And: Phenomenology of the End*. Semiotext(e).
- Beller, J. (2006). *The Cinematic Mode of Production: Attention Economy and the Society of the Spectacle*. Dartmouth College Press.
- Chantal Mouffe (2018). *Por un populismo de izquierda*. Siglo XXI Editores.
- Citton, Y. (2017). *The Ecology of Attention*. Polity Press.
- Dean, J. (2009). *Democracy and Other Neoliberal Fantasies: Communicative Capitalism and Left Politics*. Duke University Press.
- Deleuze, G. (1992). Postscript on the societies of control. *October*, 59, 3-7.
- Foucault, M. (1975). *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. Pantheon Books.
- Habermas, J. (1981). *The Theory of Communicative Action*. Beacon Press.
- Han, B.-C. (2012). *The Transparency Society*. Stanford University Press.
- Haraway, D. (1991). *Simians, Cyborgs, and Women: The Reinvention of Nature*. Routledge.
- IN3 - Tecnopolítica. (2012). *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas*. Internet Interdisciplinary Institute.

- Klein, N. (2007). *The Shock Doctrine: The Rise of Disaster Capitalism*. Metropolitan Books.
- Morozov, E. (2013). *To Save Everything, Click Here: The Folly of Technological Solutionism*. PublicAffairs.
- Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton University Press.
- Terranova, T. (2004). *Network Culture: Politics for the Information Age*. Pluto Press.
- Varoufakis, Y. (2023). *Technofeudalism: What Killed Capitalism*. The Bodley Head.
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. PublicAffairs.