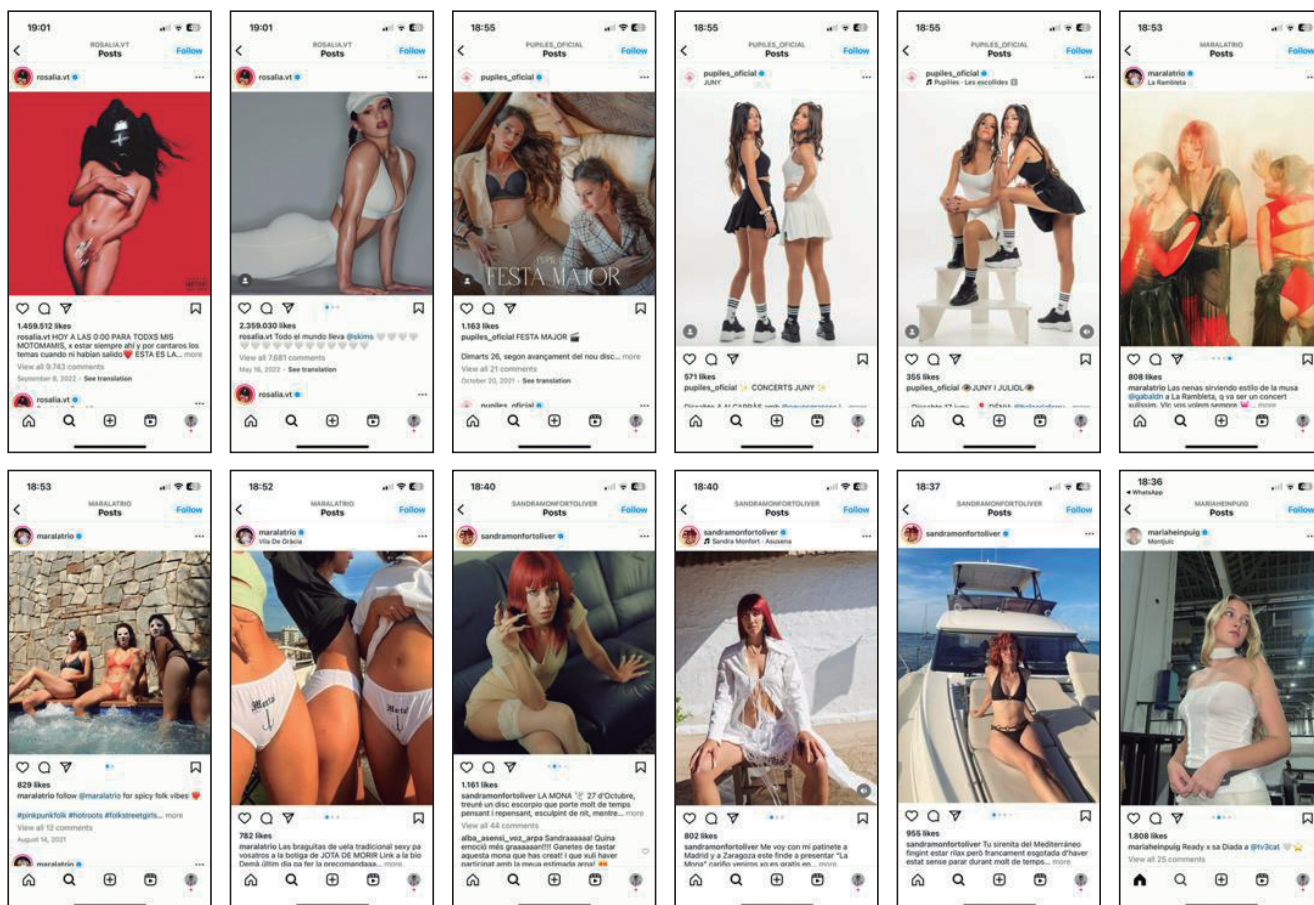


SEGUEIX-ME, DONA'M 'LIKE' I, SI DE CAS, ESCOLTA'M (No) Noves narratives visuals d'autorepresentació en les músiques catalanes

Joan Torres-Palomares (Universitat de València)



INTRODUCCIÓ: AUTOREPRESENTAR LES MÚSIQUES, MUSICAR LES AUTOREPRESENTACIONS

Allò que es concebia al segle xx com l'«ofici de músic» avui s'ha resignificat. La manera de fer música avui ha transcendit totalment els límits tradicionals de la producció i la distribució musicals donant lloc a noves formes d'enginy creatiu i artístic. Aquest article se centra en la dinàmica emergent de les persones que fan art musical en català, que, a través de les xarxes socials, estan redefinint les pràctiques de promoció i difusió de la seva obra. Ací,

l'ús estratègic de plataformes digitals com Instagram s'ha convertit en una extensió vital del procés creatiu, en què l'obra musical ja no es limita a les produccions discogràfiques, sinó que abraça la producció de contingut multimèdia que fomenta una relació més plural, directa i multidimensional amb l'audiència.

En aquest sentit, és oportú parar atenció a com aquesta fusió entre contingut digital i obra musical no només transforma la naturalesa del que significava fer música, sinó que també fa mutar significativament el que es projecta públicament com l'«artista» i, en conseqüència, la mateixa persona que fa art en si. En aquest nou context, la figura de

l'artista es torna inseparable de la seva representació digital conformant una relació dialèctica la qual es veu interpellada en una constant negociació entre autenticitat i performativitat, entre l'autorealització i la competència per l'atenció i el like en l'espai digital.

Una altra reflexió que susciten aquests canvis té a veure amb la inclinació creixent, però amb elements clarament distintius de moments anteriors, a incorporar llenguatges i guions visuals d'inspiració o influència pornogràfica com a vocació i/o estratègia de les artistes al si de la lluita per la captura del like. Aquestes pràctiques, en conseqüència, desafien el moralisme purità en la mesura que

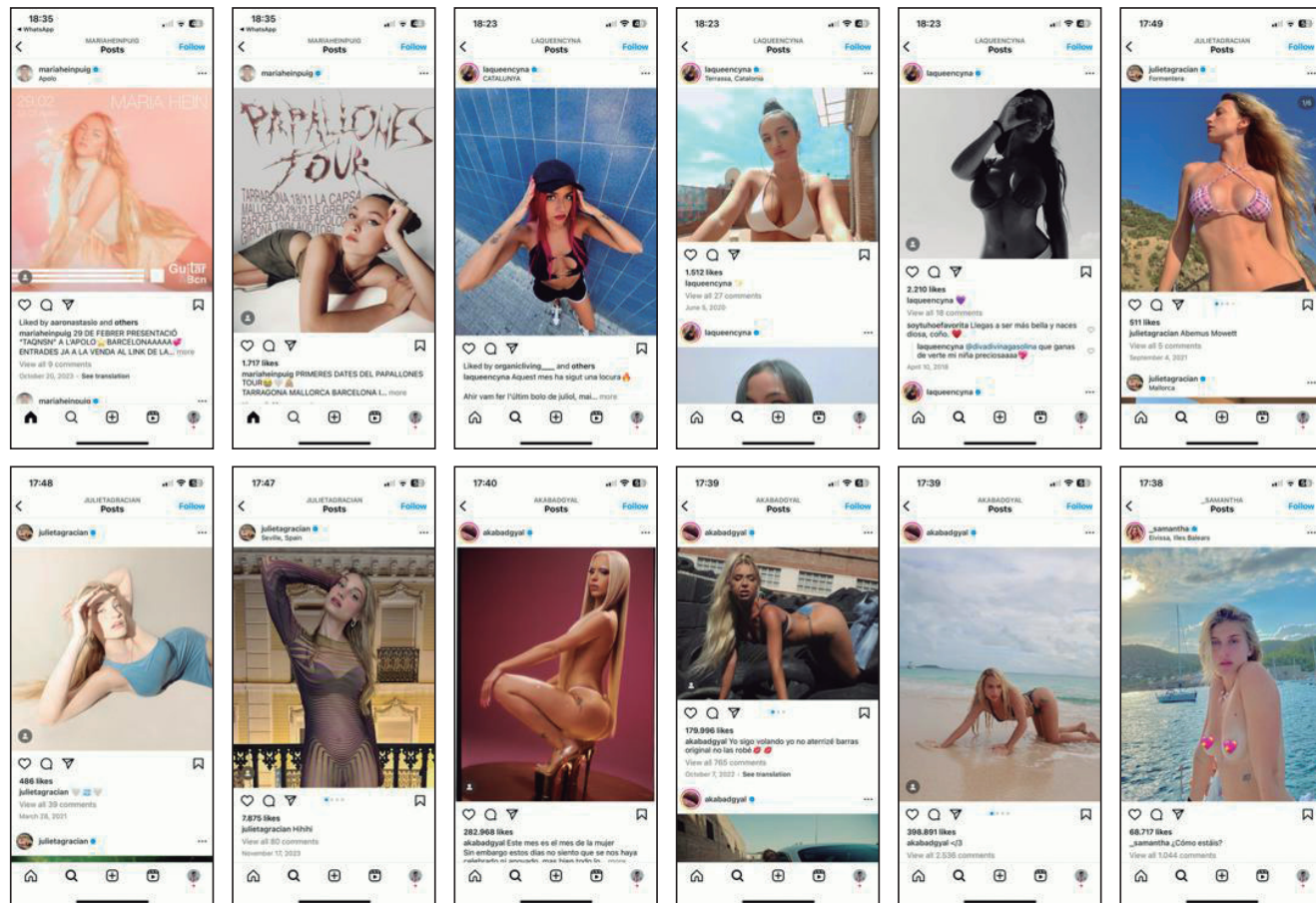
impliquen una exposició agenciada i desafiant del cos sexualitzat en l'àmbit públic. Si bé aquesta pràctica —que a més no és nova— ja és en si rupturista, això no impedeix que les diferents representacions poden reforçar o subvertir els imaginaris tradicionals del règim binarista de gènere. Tot això fa de la mateixa plataforma Instagram, però també de la mateixa indústria musical, un camp de batalla on conviuen i s'enfronten l'ordre conservador i les forces progressistes.

LA MÚSICA I LA IMATGE SÓN UN. L'ARTISTA I L'OBRA SÓN UN

La transició dels dispositius d'emmagatzemament de l'àudio analògic al digital ha fet extingir allò que dèiem música al segle xx. Avui, malgrat alguns intents nostàlgics aïllats, la música és digital. Tant el seu procés d'enregistrament com els suports, com els canals pels quals circula. I, com no

en el fons i en la superfície, el mateix. Estan constituïts del llenguatge més internacional que s'ha conegut: el llenguatge digital. Zeros i uns. Fluxos d'informació rebotant entre dispositius, reproduint-se i transformant-se. I és pel fet d'estar fetes de la mateixa cosa que cada dia van més junts i són més difícils de diferenciar, són la mateixa cosa: llum que passa i llum que no passa.

A l'era (no tan) llunyana en què el producte de la música eren la



Captures de pantalla de publicacions als murs d'artistes catalanes influents.¹

Així, considero important construir una visió que eviti caure en alarmismes infundats davant dels canvis que experimenta la indústria musical catalana en l'entorn digital. L'objectiu és, per tant, discernir com aquests canvis representen no sols desafiaments, sinó també noves oportunitats per a l'articulació de nous discursos culturals alternatius i avantguardistes per a la reinvençió de la música catalana dins d'un panorama global altament competitiu. Estem en un context en què cal buscar comprendre com aquests progressos poden ser aprofitats per a la disputa i l'enriquiment de l'espai cultural de la música en català, dotant-la de noves narratives i horitzons.

podia ser d'altra manera, aquest canvi en el format ha fet canviar la forma. Si tornem a la famosa tesi de McLuhan, allò del mitjà és el missatge, efectivament, si canvia el mitjà canvia el missatge. I sí, avui la música digital és una cosa diferent, sobretot per les implicacions que ha tingut el fet de compartir canal i forma amb la resta d'informacions digitalitzades. És per això que a aquest procés l'acompanya una fusió de la música digital amb tot el que també s'ha anat tornant digital en aquest canvi de segle: la imatge i la comunicació. Imatge, so i comunicació avui van junts, i és aquest fet de compartir medi i format el que les espenta a fusionar-se. Avui imatge i so —i, per tant, també el text— són,

ràdio, el tocadiscs i la cinta, ens arribava la música, i la seva propagació era també a través del llenguatge acústic. Si arribàvem a veure algú, era perquè l'havíem escoltat prèviament; avui, amb el creixent protagonisme de la imatge, l'ordre s'inverteix: escoltem algú perquè l'hem vist. Avui la música es promociona visualment. Els fluxos d'informació en aquest estadi de desenvolupament del neoliberalisme estan molt lligats a aquesta lògica, i té una explicació prou senzilla: el que és visual és més ràpid, comunica més significats en menys temps. «El cercle ràpid d'informacions accelera també el cercle del capital» (Han, 2014: 88).

LA PORNIFICACIÓ DE LES MÚSIQUES: Cossos instrumentalitzats pel capitalisme? O el capitalisme instrumentalitzat pels cossos?

Si bé s'ha assenyalat que el format d'imatge és funcional per a agilitzar els fluxos cibernetics d'informació que nodreixen els mercats (Fontcuberta, 2016), hi ha un tipus d'imatge que funciona de manera més ràpida: la imatge pornogràfica. Per a explicar aquesta tendència és imprescindible tornar a Freud, qui posa la sexualitat al centre dels debats contemporanis explicant per què les pulsions de caràcter sexual, a causa de la repressió social a la qual estan sotmeses, són portadores d'una inèrcia especial. És per això que Freud situa la sexualitat com «el problema crucial de la vida moderna» (Shulamith, 1976: 59). Byung-Chul Han (2020: 34-35) és un dels assagistes de moda que han abordat les implicacions del digital i la sexualització i, malgrat el to pessimista i nostàlgic que ombrreja la seva obra, fa una lectura molt clara i resumida de com s'articulen i s'entrellacen aquestes qüestions:

Avui el món no és un teatre on es representin papers i s'intercanviïn gestos rituals, sinó un mercat on un es despulla i s'exhibeix. La representació teatral deixa pas a l'exposició pornogràfica del que és privat.

Efectivament, avui les imatges descodificades socialment com a sexualitzades prenen un protagonisme rellevant als universos i als llibres d'estil visuals en línia en general, però també, i en conseqüència, als àmbits que ens ocupen. Observem en la pàgina anterior el recull següent d'exemples visuals d'autorepresentació de persones descodificades socialment com a dones que treballen a l'àmbit musical i tenen part de l'obra en català, en què el cos s'ubica en la fotografia a dintre dels codis d'estil compositiu d'influència pornogràfica:

Les fotografies presenten al centre d'interès fotogràfic el protagonisme de la pell i les parts del cos concebudes en l'imaginari col·lectiu com a connotades sexualment. Són fotografies molt transparents, amb primers plans curts en què la textura

de la pell es mostra llisa, fina, brillant i polida. Predominen les postures i els llenguatges corporals que des de la mirada tradicional es conceben com a provocatives. Els contextos de la platja, els vaixells, les piscines o els jacuzzis també recorden localitzacions de bona part dels vídeos pornogràfics *mainstream*. Aquests espais alhora remetent a una demostració d'estatus o d'associar-se amb un estil de vida luxós i ambiciós. També els vestuaris interpel·len l'ordre de les direccions d'art de la pornografia: els vestits de bany, la roba interior, les falde escolars o accessoris propis de l'univers d'atrezzo del sadomasoquisme, com els cuirs o les teles transparents. Es performativitza un relat visual a mida del que a l'imaginari col·lectiu s'entén com a desitjable: el cos en aquestes fotografies encarna els estàndards socials de bellesa.

Efectivament, quan mirem aquestes fotografies sota la llum de la discussió sobre la sexualització de les persones descodificades com a dones, podem trobar elements que ens condueixen al debat entorn de l'apoderament o la submissió en l'imaginari simbòlic de la feminitat.

Si bé hi ha estils o gèneres musicals més resistents i conservadors en aquest sentit, és evident que podem identificar, cada dia més, elements i guions en l'autorepresentació de les músiques connectades en el llibre d'estil pornogràfic. Ara bé, la pornificació de les persones que fan música ni és un fenomen nou (per exemple, Madonna), ni tampoc apareix amb les tecnologies de les xarxes socials. També cal remarcar que no és un fenomen exclusiu de l'àmbit musical, sinó que més prompte es tracta d'una tendència social general pel que fa a les formes d'autorepresentació en xarxes socials com Instagram (Torres-Palomares, 2022). És en aquest context que s'entén com la indústria de la música avança en aquesta tendència creixent d'incorporar formes de projecció personal sexualitzades i objectivades de les persones que treballen en aquest àmbit. Aquest procés opera sobre totes les persones artistes, però, com veurem, és una pràctica més predominant particularment en l'àmbit de les persones assignades dones en néixer. La primera lectura i la més fàcil és concebre-ho com una estratègia per augmentar l'atractiu comercial i la venda de música. No obstant això,

a continuació veurem que la qüestió és més profunda, i que aquest tema és àmpliament debatut, i que hi ha dues perspectives principals confrontades (o paral·leles) que es poden considerar.

D'una banda, hi ha les perspectives de tall més clàssic que argumenten que les persones que produeixen música, especialment les «dones», poden esdevenir cossos instrumentalitzats pel capitalisme. En aquesta visió, la indústria musical, com una indústria al si del capitalisme, utilitza la imatge sexualitzada de les artistes com una eina per maximitzar l'atenció i en conseqüència els guanys. Aquesta lògica crítica que en alguns casos pot implicar una reducció del valor a la seva aparença física i capacitat de seducció, més que al seu talent o creativitat musical. La pornificació, des d'aquesta perspectiva, és un símptoma d'una cultura més àmplia que prioritza el consum visual i la comercialització del cos, tot fomentant estàndards de bellesa sovint infreqüents i reforçant el vessant objectual sexual. Aquesta posició se centra en les preocupacions sobre com el capitalisme pot perpetuar allò que les teories sociològiques del segle xx anomenaren «desigualtat de gènere» (Dines, 2011; Cobo, 2020), reduir l'autonomia de l'artista i fomentar una cultura de voyeurisme i consum superficial (Mulvey, 2002).

D'altra banda, aquests posicionaments se'ls ha contestat i criticat per ignorar el poder d'agència de les persones que fan art al si de l'ordre moral i de gènere tradicional. Des d'aquesta perspectiva s'argumenta que pot existir la possibilitat que les persones que treballen a la indústria cultural, en adoptar una imatge sexualitzada, estan exercint una forma d'apoderament dins les regles del joc, en què la demanda de *hooks* de caràcter sexual afavoreix la posició al camp de la indústria musical. En aquest enfocament, aquestes persones, (in)conscients de l'entorn en què operen,² utilitzen la seva sexualitat com a eina de poder i forma d'expressió artística. En fer-ho, desafien les normes i les expectatives tradicionals, reivindicant el control sobre la seva imatge i cos (Gill i Scharff, 2011) i utilitzant la seva sexualitat com un aspecte més de la seva creativitat (Duffy, 2017).

Aquesta perspectiva suggereix que la pornificació no ha de ser inequívocament un procés passiu o imposat, també pot ser una estratègia conscient i deliberada per navegar i guanyar posicions en una indústria altament competitiva (Renold i Ringrose, 2011).

Paul B. Preciado (2020: 187-189) explica el vincle de la pornografia amb la seva societat argumentant en favor d'entendre-la com un àmbit cultural no necessàriament conservador, sinó en disputa i amb grans possibilitats per al canvi social al si de l'ordre binarista de gènere:

El que és propi de la pornografia com a imatge resulta més una qüestió d'escenografia, de teatralització i d'il·luminació que de contingut [...]. La pornografia diu la veritat de la sexualitat, no perquè sigui el grau zero de la representació, sinó perquè revela que la sexualitat és sempre i en tot cas *performance*, representació, posada en escena, però també mecanisme involuntari de connexió al circuit global d'excitació-frustració-excitació.

Com veiem, les dues perspectives teòriques ens conviden a prestar atenció a la complexitat de la pornificació com un aspecte rellevant de la nostra societat, que en aquest cas implica el sector de la música. Ara bé, mentre una crítica s'enfoca a l'exploació i les dinàmiques de poder desiguals, l'altra en destaca l'agència i la possibilitat de subversió dins del sistema, arguments que no tenen per què ser sempre incompatibles amb l'anàlisi dels diferents casos. El que és clar és que el fenomen de la pornificació no és unidimensional i requereix una consideració curosa dels diferents contextos, socials i econòmics, en què s'emmarca. En última instància, en el que cal insistir és en el fet que l'emergència de la sexualitat en la cultura implica un debat molt necessari en una era dominada per l'economia de l'atenció (Wu, 2017) en què la imatge pren un protagonisme sense precedents en les dinàmiques dels mercats, i no podem continuar limitant-nos a velles anàlisis que mai no escapen dels judicis morals propis del sentit comú.

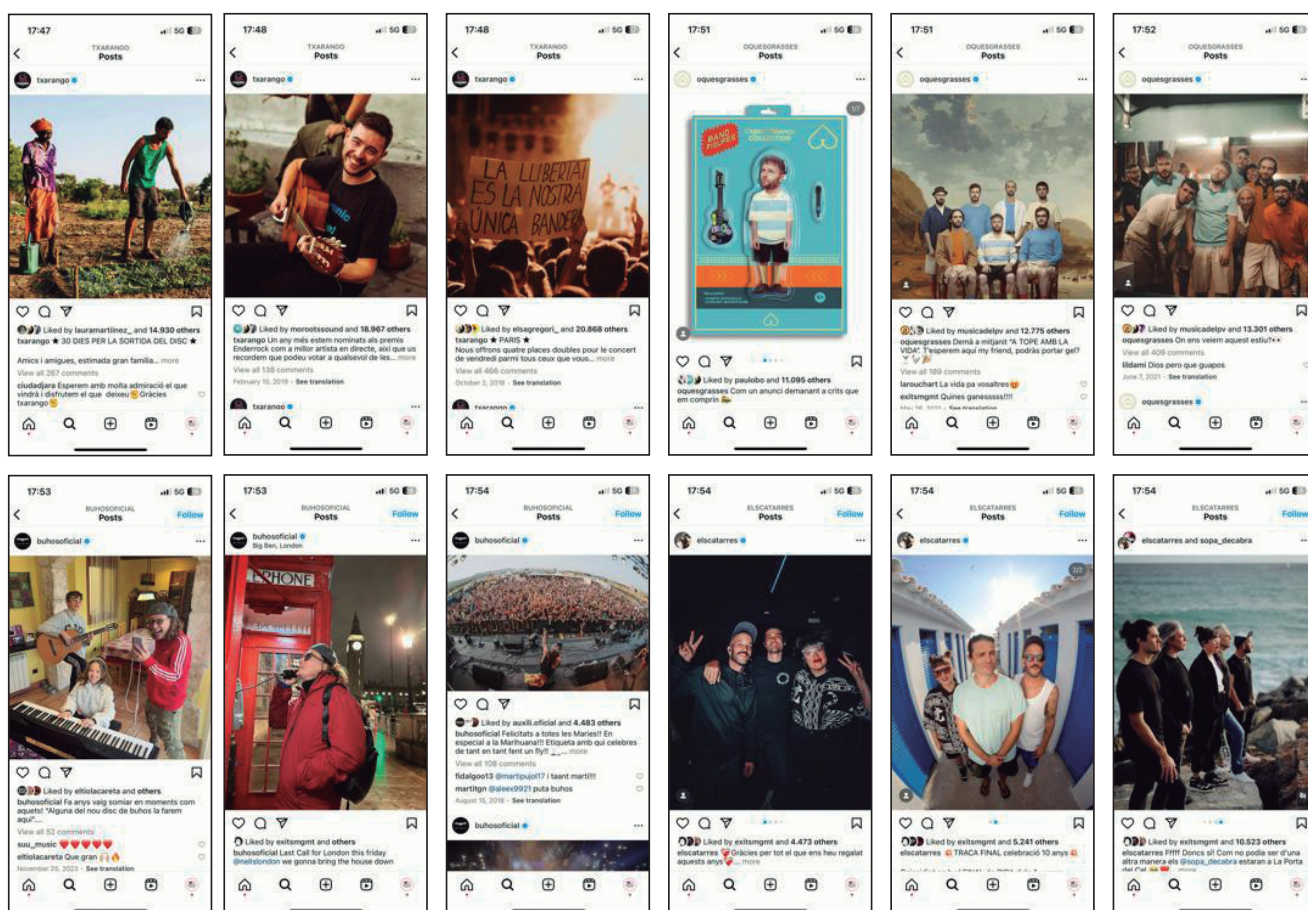
Si fugim de les mirades monodimensionals, podem entendre que el llenguatge pornogràfic i la rendibi-

lització del capital eròtic poden ser, d'una banda, estratègies de promoció condicionades per les demandes de competitivitat dels mercats, però alhora també poden ser opcions innovadores i avantguardistes per a la creativitat.

(PRO?)JECCIONS MASCULIN(ITZAD)ES

Si clarament les autorepresentacions de les persones assignades homes en néixer han anat transformant-se acceleradament, i s'han ressignificat les projeccions simbòliques del que és ser «home» els últims anys, és cert que hi ha aspectes d'aquestes autorepresentacions que semblen mostrar més resistències que altres. És el cas de la sexualització. En aquest punt, operen, d'una manera encara prou marcada, les estructures i les estratègies de la performativitat tradicional del binarisme de gènere.

Efectivament, en l'actual context de la indústria de la cultura musical catalana, les persones assignades homes en néixer que formen part del cos laboral d'aquest sector



Captures de pantalla de publicacions als murs d'artistes catalans influents.³

presenten unes pautes d'autorepresentació a Instagram que revelen tendències distintives de les que hem vist a l'apartat anterior. A diferència de la narrativa freqüent en l'àmbit dels projectes protagonitzats i liderats per persones assignades dones en néixer, on hem observat com la sexualització del cos pot jugar un paper destacable, els «homes» tendeixen a enfocar la seva autorepresentació al voltant de temes com la intel·lectualitat, l'alternativisme, l'èxit amb el públic, la relació amb els instruments musicals o la virtuositat.

Podem observar comparativament a la pàgina 21 continuació un recull d'imatges, en què s'observa l'imaginari fotogràfic predominant en les estratègies d'autorepresentació dels projectes compostos i liderats per persones assignades homes en néixer:

Quan observem aquestes imatges, podem apreciar com aquestes revelen una clara diferenciació d'herència patriarcal que denota un concepte de masculinitat. Reflecteixen una clara preferència per projectar una imatge que posa en relleu l'aspecte creatiu i artístic de la seva feina, més que no pas una imatge construïda al voltant de l'atractiu físic i el capital eròtic sostingut en forma d'objectivació corporal sexualitzada. Ací, en canvi, es projecta un cert perfil d'intel·lectualitat, homes de cultura amb valors dels quals aprendre, que al cap i a la fi esdevé una forma clau en què aquests treballadors de la música es projecten amb el seu públic, intentant oferir unes connotacions més profundes al rerefons que hi ha en la seva música.

També podem observar com destaca l'alternativisme com una de les estètiques més al centre en aquest sentit: es pot expressar mitjançant la promoció de gèneres musicals menys comercials o a través de l'adopció d'una estètica que desafia les normes convencionals, reflectint així un desig de distanciar-se dels corrents dominants i de connectar amb audiències que valoren la singularitat i l'autenticitat.

La relació amb els instruments musicals igualment és un concepte de la seva identitat i autorepresentació. Les publicacions que mostren la seva habilitat en la interpretació, la connexió emocional amb els instruments o fins i tot els moments de

pràctica i aprenentatge subratllen la dedicació i la seva passionalitat per la música, així com la importància de la mestria tècnica. Aquesta exposició de la virtuositat no només apunta a validar la seva competència com a músics, sinó que també serveix per a establir un diàleg amb el públic basat en l'apreciació de la qualitat artística.

Així, comprovem com, mentre que en altres esferes de l'entreteniment la imatge pública pot dependre força de la sexualització, en el sector masculí(nitzat) de la cultura musical catalana predomina una representació que privilegia un contingut més usual i centrat en els codis tradicionals de la distinció cultural (Bourdieu, 2012), la connexió amb la música i la destresa en la interpretació. Aquestes pautes d'autorepresentació reflecteixen els canvis i les continuïtats que estan (re)ssignificant-se entorn del concepte social de músic/artista «home» als nostres dies.

LA PROMOCIÓ ESDEVÉ OBRA

A l'epicentre d'aquesta metamorfosi pornodigital de les músiques catalanes no podem ignorar com l'adaptació a aquests nous contextos afavoreix fondre les estratègies d'autorepresentació amb el projecte artístic en si. Les causes d'aquests canvis s'expliquen d'igual manera que els esmenats anteriorment: parant atenció al procés pel qual les xarxes socials s'han convertit en una plataforma central per a la difusió i el consum de la cultura musical popular. Aquest procés, redefinint com les persones que produeixen música interactuen amb els dispositius digitals i amb el públic, està conduint al fet que no només exposen a les xarxes la seva obra discogràfica o editorial (sovint ni això), sinó que (també), cada dia més, s'exposa un contingut metamusical que es vincula, cada vegada més, a l'obra musical.

És interessant llavors reflexionar com tendeix a englobar-se en un mateix concepte la promoció i l'obra. Fent que l'obra esdevingui promoció i que la promoció esdevingui obra.

A aquest desenvolupament l'acompanya també una constant mutació de les diferents «disciplines artísti-

ques», però també de les seves fronteres tradicionals. Si bé les diferents parcel·les (música, cinema, literatura, arts plàstiques, il·lustració, etc.) sempre havien estat històricament delimitades i diferenciades segons les tècniques que empren, aquestes han anat reconfigurant-se, metamorfosant-se i fusionant-se els últims anys. Avui observem una tendència vertiginosa de les diferents disciplines que engloben allò que en diem «art» cap a una d'amplament plural. Les persones que es dediquen a l'art estan deixant de ser músiques, actrius, dissenyadores, guionistes, etc., per ser-ho tot alhora: avui es dissolen sota el que s'ha proposat anomenar *makers* (Anderson, 2013).

És per això que en les xarxes socials també està l'obra. En conseqüència, també la diferenciació entre l'àmbit de la promoció i l'àmbit de l'actuació es dissol. Avui ens promocionem actuant, i actuem promocionant-nos. El concepte de *maker* com a artista fa referència a una persona que es dedica a la creació mitjançant una combinació interdisciplinària d'habilitats tècniques, artesanals i artístiques. Aquest fenomen està estretament relacionat amb la cultura DIY (*do it yourself*, 'fes-ho tu mateix'), la qual precipita un nou concepte de producció cultural pròpia de la nostra era.

El que distingeix aquesta nova dinàmica *maker* és el seu enfocament en la creació pràctica sense protocol ni tècniques preestablertes, prioritant l'experimentació i la innovació, així com la integració de múltiples disciplines per fer produccions pròpies. Les xarxes socials són avui aquest escenari on s'exposen totes aquestes produccions en forma de post, que, efectivament, ja no són desvinculables de la resta de l'obra. Avui les autorepresentacions esdevenen promoció i obra alhora.

CONCLUSIONS

Aquests apropaments que proposo al llarg del text estan encarats a perseguir una comprensió més rica de la intersecció entre les xarxes socials, la identitat i la producció de la cultura musical en l'era digital als Països Catalans. Així doncs, a continuació apporto un resum de conclusions

dels diferents aspectes que aborda aquest plantejament de les dinàmiques d'autorepresentació de les músiques catalanes:

- Atomització dels artistes: les dinàmiques digitals fomenten una tendència cap a l'atomització de les persones en l'art musical, influenciades significativament per les xarxes socials com Instagram.
- Integració de l'autorepresentació amb el projecte artístic: l'adaptació a l'entorn digital afavoreix la fusió d'estratègies d'autorepresentació amb el projecte artístic, redefinint la interacció entre les persones que produeixen música i la seva audiència.
- Èmfasi en l'autorepresentació: hi ha un èmfasi marcat en l'autorepresentació, en què els artistes gestionen constantment les seves identitats en línia, centrades en l'autoexpressió i l'autopromoció, amb un paper important del capital eròtic.
- Implicacions de la digitalització i la visualitat: la digitalització i la visualitat en la promoció i la percepció de la música estan canviant profundament la manera de produir música, oferint tant desafiaments com oportunitats per a la innovació cultural.
- Elements pornogràfics a la representació artística: la incorporació d'elements propis de l'àmbit del porno a les representacions artístiques planteja preguntes que poden preocupar els sectors més conservadors, però des de les mirades més avantguardistes pot ser vista com una estratègia d'apoderament i expressió artística.
- Resistències a les dissolucions dels estereotips de gènere al sector: malgrat les transformacions profundes els anys recents en com es constitueixen els cossos i les identitats d'acord amb els imperatius del règim binarista de gènere, trobem certes continuïtats als patrons de masculinitat/feminitat d'herència patriarcal en aquest sentit.
- Noves oportunitats de creativitat i transformació cultural: tot i els reptes, les xarxes socials obren noves vies per a la creativitat i la transformació cultural, permetent l'articulació de discursos culturals alternatius i innovadors.
- Reinventant la música catalana: és imprescindible per a l'àmbit

musical català comprendre com els avenços digitals es poden aprofitar per a enriquir les produccions catalanes, proporcionant noves narratives i horitzons.

APUNT SOBRE EL MARC LEGAL

Donades les preocupacions recurrents pel que fa a l'ús d'imatges provinents de l'àmbit de les xarxes socials, he considerat oportú afegir aquest apartat a manera d'aclariment. Les imatges incloses en aquest article compleixen amb els requisits necessaris per a la seva publicació que emparen el dret de citació sense obtenir el consentiment explícit de les autories (article 32.1 de la Llei de propietat intel·lectual, aprovada pel Reial decret legislatiu 1/1996). Totes elles s'utilitzen amb finalitats d'investigació per a il·lustrar les diferents anàlisis proposades en aquest treball i que qui ho llegeixi pugui contrastar-les; aquestes imatges, de fet, constitueixen l'objecte d'estudi i és convenient aportar-les.

Notes

1. Aquesta part de la mostra es compon de deu dels perfils més influents dels projectes musicals liderats i protagonitzats per artistes descodificades socialment com a dones de l'entorn territorial d'àmbit de la llengua catalana que tenen part de l'obra en català. Que són, per ordre de seguidors: @rosalia.vt (28,1 milions), @akabadgyal (2,2 milions), @_samantha (269 milers), @suu_music (180 milers), @mushkaaa_ (64,5 milers), @julieta-gracián (52,3 milers), @pupiles_oficial (18 milers), @maralatrio (17,2 milers), @sandramonfortoliver (11 milers) i @laqueencyna (10 milers).
2. En l'actualitat, és evident que el debat feminista ha permeat diversos àmbits de la societat, i el sector musical en llengua catalana no n'és una excepció, al contrari. Aquesta influència es manifesta de manera evident en diversos aspectes, com les lletres de les cançons, els posicionaments polítics públics, l'estètica simbòlica i les temàtiques tractades pels artistes.
3. Aquesta part de la mostra es compon de deu dels perfils més influents dels projectes musicals liderats i protagonitzats per artistes descodificades socialment com a homes de l'entorn territorial d'àmbit de la llengua catalana que tenen part de l'obra en català. Que

són, per ordre de seguidors: @txarango (137 milers), @zooposse (122 milers) (aquest perfil s'ha buidat de contingut en l'actualitat), @oquesgrasses (122 milers), @thetyets (111 milers), @buhosoficial (88,5 milers), @joandausa (75,5 milers), @elscatarrs (64,1 milers), @doctorprats (53,6 milers), @itacaband (50,8 milers) i @lafumiga (47,4 milers).

BIBLIOGRAFIA

- ANDERSON, Chris (2013): *Makers: La nueva revolución industrial*. Empresa Activa.
- BOURDIEU, Pierre (2012): *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Barcelona: Taurus.
- COBO, Rosa (2020): *Pornografía. El placer del poder*. Ediciones B.
- DINES, Gail (2011): *Pornland: how porn has hijacked our sexuality*. Beacon Press.
- DUFFY, Brooke Erin (2017): *(Not) getting paid to do what you love: gender, social media, and aspirational work*. Yale University Press.
- FONTCUBERTA, Joan (2016): *La furia de las imágenes. Notas sobre la postfotografía*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.
- GILL, Rosalind, i SCHARFF, Christina (2011): *New Femininities: Postfeminism, Neoliberalism and Subjectivity*. Londres: Palgrave Macmillan.
- HAN, Byung-Chul (2014): *En el enjambre*. Barcelona: Herder.
- (2020): *La desaparición de los rituales*. Barcelona: Herder.
- MULVEY, Laura (2002): *Placer visual y cine narrativo*. Episteme Ediciones.
- PRECIADO, Paul B. (2020): *Testo yonqui*. Barcelona: Anagrama.
- RENOLD, Emma, i RINGROSE, Jessica (2011): «Schizoid subjectivities? Re-theorizing teen girls' sexual cultures in an era of 'sexualization'». *Journal of Sociology*, núm. 47 (4), p. 389-409.
- SHULAMITH, Firestone (1976): *La dialéctica del sexo. En defensa de la Revolución Feminista*. Barcelona: Kairos.
- TORRES-PALOMARES, Joan (2022): *La deriva pornonarcisista de l'autorepresentació a Instagram* [tesi doctoral]. Universitat de València.
- WU, Tim (2017): *The attention merchants: the epic scramble to get inside our heads*. Random House USA Inc.