

## Sobre el difícil maridaje entre la democracia y las redes sociales

Cristian Hugo Caminos

*I social media danno diritto di parola a legioni di imbecilli che prima parlavano solo al bar dopo un bicchiere di vino, senza danneggiare la collettività. Venivano subito messi a tacere, mentre ora hanno lo stesso diritto di parola di un Premio Nobel. È l'invasione degli imbecilli*

Umberto Eco<sup>1</sup>

### Resumen

Tan solo dos décadas atrás, el cuestionamiento que encierra este título habría estado mucho más cerca de la extravagancia de los apocalípticos que del entusiasmo de los integrados<sup>2</sup>. Pero desde que Sean Parker denunciara el consciente efecto opioide de Facebook<sup>3</sup>, se hiciera público el sonoro “arrepentimiento” de Chamath Palihapitiya<sup>4</sup>, o Tim Cook reconociera en este enero que no quiere que su sobrino haga uso de las redes sociales<sup>5</sup>; es imposible catalogar a esta problematización como un simple ejercicio especulativo.

Semejantes declaraciones, antes que sorprendernos, debieran preocuparnos: la teoría de la inteligencia emocional aplicada a la comunicación política nos dice que el miedo, la más potente de las emociones negativas, tiene un efecto paralizante, mientras que es la indignación la que conduce a la acción. Ahora bien, si la historia reciente nos muestra cómo la indignación social es fácilmente excitable mediante un verdadero alud de *noticias falsas*<sup>6</sup>, y las redes sociales se están

---

<sup>1</sup> “Las redes sociales le dan el derecho de hablar a legiones de idiotas que primero hablaban solo en el bar después de un vaso de vino, sin dañar a la comunidad. Ellos eran silenciados rápidamente y ahora tienen el mismo derecho a hablar que un premio Nobel. Es la invasión de los idiotas” La cita está extraída del artículo periodístico «Umberto Eco: “Con i social parola a legioni di imbecilli”», publicado en el periódico *La Stampa* el 10 de junio de 2015 (<http://www.lastampa.it/2015/06/10/cultura/eco-con-i-parola-a-legioni-di-imbecilli-XJrvezBN4XOoyo0h98EfiJ/pagina.html>)

<sup>2</sup> “El apocalipsis es una obsesión del disenter, la integración es la realidad concreta de aquellos que no disienten. La imagen del Apocalipsis surge de la lectura de textos sobre la cultura de masas; la imagen de la integración emerge de la lectura de textos de la cultura de masas”. ECO, Umberto 2017 *Apocalípticos e integrados* (Buenos Aires, Sudamericana) pág. 31

<sup>3</sup> Quien fuera el creador de Napster y primer presidente de Facebook afirmó, durante un evento organizado por Axios en Filadelfia: “¿Cómo podemos consumir la mayor parte de tu tiempo consciente? Esto significa que tenemos que dar un poquito de dopamina cada rato. O bien porque alguien había dado a me gusta o porque habían comentado tu foto. Y a eso contribuye la creación de contenido para, de nuevo, crear más comentarios y me gusta”. Ampliar en “El primer presidente de Facebook dispara contra la red social”, publicado en *El País* el 10 de noviembre de 2017 ([https://elpais.com/tecnologia/2017/11/10/actualidad/1510341404\\_291981.html](https://elpais.com/tecnologia/2017/11/10/actualidad/1510341404_291981.html))

<sup>4</sup> Este hombre, que laboró para Facebook de 2007 a 2011 hasta llegar a ser su vicepresidente de crecimiento de usuarios, declaró en un Foro de la Escuela de Negocios de Standford que “los ciclos de retroalimentación a corto plazo impulsados por la dopamina que hemos creado están destruyendo el funcionamiento de la sociedad. Sin discursos civiles, sin cooperación, con desinformación, con falsedad”. Ampliar en el artículo periodístico «“Las redes sociales están desgarrando a la sociedad”, dice un ejecutivo de Facebook», publicado el 12 de diciembre de 2017 en *El País* ([https://elpais.com/tecnologia/2017/12/12/actualidad/1513075489\\_563661.html](https://elpais.com/tecnologia/2017/12/12/actualidad/1513075489_563661.html))

<sup>5</sup> El CEO de Apple, durante una visita al Harlow College de Essex, rechazó que el uso de dispositivos sea algo que sea necesario en todas las asignaturas, por considerar que hay conceptos que se explican mejor dialogando. Y respecto de qué tan beneficiosas consideraba a las redes sociales, afirmó: “No tengo hijos, pero tengo un sobrino al que le pongo algunos límites. Como, por ejemplo, que no quiero que esté en redes sociales”. Ampliar JIMÉNEZ CANO, Rosa “Tim Cook, CEO de Apple, muestra su preocupación por el abuso de la tecnología”, publicado el 23 de enero de 2018 en el periódico *El País* ([https://elpais.com/tecnologia/2018/01/23/actualidad/1516666969\\_215422.html](https://elpais.com/tecnologia/2018/01/23/actualidad/1516666969_215422.html))

<sup>6</sup> En octubre de 2017 Facebook fue citada por el Comité de Justicia del Congreso norteamericano para explicar su papel en la interferencia rusa en las elecciones en EE UU en 2016. Admitió que 126 millones de personas habían podido acceder a contenidos generados por unos supuestos agentes rusos (la Internet Research Agency), que también colgaron cerca de un millar de vídeos en YouTube y 131.000 mensajes en Twitter. Entre todas esas *noticias basura* se deslizaban historias delirantes como la de que Hillary Clinton había vendido armas al ISIS. Ampliar en

convirtiéndose en el vehículo primordial mediante el que las personas se informan y comercian<sup>7</sup>; la pregunta que Sartori se hiciera en *Homo videns*<sup>8</sup> amerita una respuesta cada vez más sombría

Como se verá, no hablamos de un problema de filosofía etérea; hablamos de un problema de salud de nuestra democracia.

### **Algunas modificaciones que implicó “sociedad digital”**

*Demasiado cercano para ser verdadero, demasiado lejano para ser falso. De ello resulta que no es ni verdadero ni falso y que crea una dimensión que no es ya exactamente humana*

*Jean Baudrillard<sup>9</sup>*

La digitalización de la sociedad y el imparable auge de las nuevas tecnologías han traído grandes cambios en todos los ámbitos<sup>10</sup>. Incluso los medios de comunicación que no nacieron estrictamente vinculados a una pantalla (periódicos, revistas y radios) se han trasladado a dicho espacio con la llegada de Internet y el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información.

A su vez, dado que a la par del auge de las TIC's se ha producido un exponencial incremento de las pantallas digitales<sup>11</sup>, la interacción entre lo real y virtual ha generado que “*lo que estaba separado se ha confundido y se ha abolido la distancia entre lo real y su doble*”<sup>12</sup>. Con la era digital, nuestras vidas han pasado a desarrollarse parcialmente en un entorno virtual, donde Internet juega un rol fundamental a través de espacios sociales como Facebook, YouTube o Twitter, que aún siendo virtuales han desplazado al espacio físico<sup>13</sup>. Es este empoderamiento de lo fantasmagórico<sup>14</sup> sobre lo real, de las pantallas sobre el paisaje, el que las ha convertido “*...en un instrumento de comunicación y de información, en un intermediario casi inevitable en*

---

ELOLA, Joseba “Rebelión contra las redes sociales”, publicado el 16 de febrero de 2018 en *El País* ([https://elpais.com/tecnologia/2018/02/16/actualidad/1518803440\\_033920.html](https://elpais.com/tecnologia/2018/02/16/actualidad/1518803440_033920.html))

<sup>7</sup> Los datos arrojados por la *Global Web Indec* durante el cuarto trimestre de 2016 señalan, entre otros datos, que el 94% de los adultos online tiene una cuenta en al menos una red social. Además, casi todos los usuarios de internet han visitado o usado una red social en el último mes, que el 42% de los usuarios se conecta a redes sociales para conversar con amigos, y el 39% revisa las noticias. Las principales motivaciones son pasivas e involucran a otros usuarios que son los que publican el contenido.

<sup>8</sup> “*El problema es si Internet producirá o no un crecimiento cultural*” SARTORI, Giovanni 1998 *Homo videns. La sociedad teledirigida* (Argentina, Taurus) pág. 55

<sup>9</sup> BAUDRILLARD, Jean “Videosfera y sujeto fractal” en AA.VV. 1990 *Videoculturas de fin de siglo* (Madrid, Cátedra), págs. 27/36

<sup>10</sup> Para Sassen, “*la situación a la que nos enfrentamos hoy es una especie de mutante que cambia constantemente*”. SASSEN, Saskia 2011 *Nuevas geopolíticas* (Barcelona, Breus CCCB) pág. 5.

<sup>11</sup> “*El devenir de la edad hipermoderna es inseparable de la gran aventura de la pantalla: Siglos XX y XXI: una odisea de la pantalla*” LIPOVETSKY, Guilles; SERROY, Juan 2009 *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna* (Barcelona, Anagrama) pág. 314

<sup>12</sup> BAUDRILLARD, Jean 1996 *Pantalla Total* (Barcelona, Anagrama) pág. 203. De acuerdo al autor, una vez estamos frente a una pantalla se produce “*una especie de inmersión, de relación umbilical*” (pág. 204).

<sup>13</sup> De esa manera, y contra las promesas de mayor interacción social que en su momento acompañaron su natalicio, la experiencia ha demostrado que los diferentes dispositivos móviles como smartphones o tablets han generado una brecha entre las personas y sus alrededores, tornando el espacio público de la calle en un espacio que ya no es compartido con otros, sino que se entiende como una extensión del entorno privado. Al decir de Schreuder, este usuario se desplaza de un lado a otro de la ciudad en su propia cápsula creada por la tecnología y su espacio virtual, pasando a ser a penas consciente del espacio físico que le rodea. SCHREUDER, Catrien 2010 *Pixels and places* (Amsterdam, Publishers), pág. 127.

<sup>14</sup> Brea nos habla de *fantasmización*, término con que define las cualidades de nuestra e-image; son las electrónicas, espectros ajenos a todo principio de realidad. La e-image está siempre yéndose, es efímera, transitoria: “*Si, al decir lacanianamente, lo Real es lo que vuelve, las imágenes electrónicas carecen de toda realidad, por falta de la menor voluntad de retorno*” BREA, José Luis 2010 *Las tres eras de la imagen. Imagen-materia, film, e-image* (Madrid, Akal) pág. 67

nuestras relaciones con el mundo y con los demás. Vivir es, de manera creciente, estar pegado a la pantalla y conectado a la red<sup>15</sup>”.

Dada esta intermediación de las pantallas, ya como modo de estar-en-el-mundo antes que ver-al-mundo<sup>16</sup>, el análisis del impacto que las redes sociales tienen en la dinámica de nuestras democracias<sup>17</sup> prácticamente carece de toda necesidad de acreditación. La sociedad ha cambiado por efecto de las nuevas tecnologías de la información y eso está produciendo una transformación en el modo en que los fenómenos políticos son recibidos, percibidos y discutidos en la esfera pública. En cada uno de esos casos, especialmente con motivo de sucesos concretos que intensifican las comunicaciones —ya se trate de un atentado, un referéndum o un debate televisado—, se dejan ver con claridad las consecuencias más aparentes de la digitalización de la esfera pública: en paralelo al suceso tiene lugar un debate a través de las redes sociales cuyos rasgos dominantes son la polarización ideológica<sup>18</sup> y la afectividad expresiva<sup>19</sup>. Dahlgren nos decía: “...resulta incluso más importante entender que estos medios, y el uso que de ellos hacen los ciudadanos, aunque juegan un papel más importante que nunca en dar forma a la participación, no pueden sencillamente cancelar ni compensar totalmente los mecanismos sistemáticos que obstaculizan la participación. La actividad de la red tiene lugar en medio de las dificultades de la democracia, la crisis económica y la dislocación sociocultural de la

---

<sup>15</sup> GARCÍA GARCÍA-BESNÉ, María Teresa “Pantalla total: espacio relacional del mundo contemporáneo”, en *Culturales* (Mexicali, Instituto de Investigaciones Culturales/Museo de la Universidad Autónoma de Baja California) vol. VIII, núm 15, enero/junio de 2012, págs. 135/154.

<sup>16</sup> “Ahora se habla de conexión más que de encuentro, y lo que nunca: la interactividad, el tiempo real, los mundos virtuales, la realidad virtual... son formas de interacción con el resto de la humanidad.” García García-BesnÉ, *op cit.*, pág. 144.

<sup>17</sup> “Espacios digitales como Facebook o Twitter han alterado los patrones de consumo y relación con los medios y han modificado los contenidos, su producción y su consumo, hasta el punto de que todo contenido al que podríamos denominar offline está unido en directo a opiniones en redes sociales de forma bidireccional” EGEA BAS, Silvia 2017 *Twitter, de red social a medio de comunicación: análisis e influencia en el ámbito empresarial. Caso de estudio: Pullmantur e Iberia, (2011-2014)* (Madrid, Universidad Complutense de Madrid) pág. 34. Tesis doctoral.

<sup>18</sup> “Para que yo haga y realice algo, es preciso que ello me importe, necesito estar en ello, encontrar satisfacción en realizarlo; es preciso que ello sea mi interés. Interés significa ser en ello, estar en ello. Un fin por el que debo trabajar, debe ser de algún modo también mi fin. He de satisfacer a la vez mi fin con el fin por el cual trabajo, aunque este tenga muchos aspectos, en los cuales no me importe. Este es el derecho infinito del sujeto, el segundo momento esencial de la libertad; que el sujeto halle su propia satisfacción en una actividad o trabajo. Y si los hombres han de interesarse por algo necesitan poder actuar en ello, esto es, exigen que su interés sea su propio interés y quieren tenerse a sí mismos en él y encontrar en él el sentimiento de su propio yo”. HEGEL, G.W.F. 1975 *Lecciones sobre filosofía de la historia universal* (Madrid, Alianza) pág. 81.

<sup>19</sup> Entendemos que asiste toda la razón a Arias Maldonado cuando nos dice: “...no es en absoluto casual que esta transformación de la esfera pública —y por tanto de las democracias que las albergan— coincida con dos de los desarrollos más reseñables que han venido experimentado las ciencias sociales en los últimos años: por un lado, el giro digital que trata de dar cuenta del impacto social de las nuevas tecnologías de la información; por otro, el giro afectivo que se propone desvelar el papel que las emociones juegan en la constitución y desenvolvimiento del sujeto político y, por lo tanto, de la propia democracia. Digitalidad y afectividad se nos aparecen así como fenómenos cuya comprensión se hace imprescindible para iluminar el proceso de cambio que están experimentando nuestras sociedades” ARIAS MALDONADO, Manuel “La digitalización de la conversación pública: redes sociales, afectividad política y democracia” en *Revista de Estudios Políticos* (Madrid, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales) segunda época, núm. 173 —julio/septiembre 2016— págs. 27/54. Desde luego, el descubrimiento de la importancia de la emotividad en la ciencia política no es nada novedoso. Ya Aristóteles enseñaba que la retórica “es la facultad de teorizar lo que es adecuado en cada caso para convencer” (1355b25). La retórica tiene como fin formar un juicio (1377b20), por lo que es importante cerciorarse no solamente de los efectos del discurso, sino también de la imagen del emisor y de qué manera inclinará a su favor al que juzga, tarea para la cual es necesario conocer las emociones del auditorio (1378a5-20). Por ello, si el orador desea tener éxito, nuestro autor indicará que los sentimientos de afecto mostrados hacia el auditorio deben estar fundamentados en inducir a la creencia de que el orador busca el bien de la persona receptora y no de él mismo. Para ello, debe hacerle creer a la audiencia que siente afecto por ella y que está dispuesto a establecer una relación de verdadera amistad [ARISTÓTELES, 1994 *Retórica* (Madrid, Gredos)]. Si bien esta brevísima semblanza de una obra tan capital como lo es la *Retórica* no hace cumplida justicia al autor (puede pensarse que el estagirita no tiene problemas en aconsejar cualquier uso de la retórica, cuando eso se encuentra explícitamente descalificado en el texto), consideramos que la posibilidad del mal uso de la retórica tiene cabida a partir de que, como lo había señalado en otra obra, es perfectamente posible que las emociones surjan de tener la fantasía de que algo bueno o malo sucedió, sucede o sucederá, sin importar si el bien o el mal realmente existen [ARISTÓTELES, 2003 *Acerca del alma* (Madrid, Gredos) 428b2-4]

*modernidad tardía. Sin el sentido de urgencia, de crisis, contemporáneo, sin reconocer la desesperación experimentada por muchos ciudadanos, se pierde algo esencial de la fotografía*<sup>20</sup>”

Es por ello que resulta pertinente preguntarnos si las redes sociales son herramientas útiles para el desarrollo o merma de las cotas democráticas alcanzadas, si hay fundamentos para elaborar un epinicio utópico o una elegía distópica en relación a su cada vez mayor relación con las dinámicas de las democracias realmente existentes. En definitiva, debemos indagarnos cuál de los dos extremos, el de los apocalípticos o el de los integrados, se está entreteniéndose en contemplaciones de carácter mítico.

### **Las redes sociales<sup>21</sup>. Su dimensión mítica**

*Todo gira en torno a un contenido vivo, que los usuarios manipulan y consumen a través del medio, soporte, dispositivo y formato de su elección*

*Pepe Tomé<sup>22</sup>*

Señala Puy<sup>23</sup> que la palabra mito es una recuperación romántica de un viejo término, primero griego (*Mythos*) y después latino (*mythus*), que significa “narración”, y lo es de algo que aún no ha acontecido<sup>24</sup>. Siguiendo los lineamientos de Puy, Risso Ferrand nos dice que *el mito es la narración de un acontecimiento originario que tiene actualidad operativa. ¿Por qué? Pues porque no es solo un cuento seductor, relativo a la historia de los dioses, sino que es una reviviscencia de los orígenes. El mito implica un saber irracional pero no por eso inútil; por el contrario, puede ser muy importante*<sup>25</sup>.

<sup>20</sup> DAHLGREN, Peter “Mejorar la participación: la democracia y el cambiante entorno de la web” en CHAMPEAU, Serge; INNERARITY, Daniel -Compiladores- 2012 *Internet y el futuro de la democracia* (Madrid, Paidós) págs. 49/50

<sup>21</sup> Está generalmente aceptado que el origen de las redes sociales en Internet se remonta a 1995, cuando Randy Conrads crea el sitio web Classmates, con el que se pretendía que la gente pudiera recuperar o mantener el contacto con antiguos compañeros del colegio, del instituto o de la universidad. Dos años después, en 1997, surge sixdegrees.com, que permite a los usuarios crear perfiles, lista de amigos y enviar mensajes. En 2002 se lanza el portal Friendster, pionero en la conexión online de “amigos reales”. Alcanza los 3 millones de usuarios en sólo tres meses aunque las dificultades técnicas y sociales a las tuvo que enfrentarse se saldaron con el cierre de la misma, convirtiéndose en uno de los grandes hitos y fracasos de Internet. En 2003, nace LinkedIn y se inaugura la web MySpace, concebida en un principio como un “clon” de Friendster. Creada por una empresa de marketing online, su primera versión fue codificada en apenas 10 días. Se convirtió en el sitio de moda de los adolescentes estadounidenses, siendo considerado una de las principales plataformas de redes sociales hasta que llega Facebook en febrero de 2004, concebida originalmente como una plataforma para conectar a estudiantes universitarios. Su bautismo tuvo lugar en la Universidad de Harvard y más de la mitad de sus 19.500 estudiantes se suscribieron a ella durante su primer mes de funcionamiento

<sup>22</sup> TOMÉ, Pepe 2011 *Conecta!* (Barcelona, Libros de Cabecera) pág. 57.

<sup>23</sup> PUY, Francisco 2006 *Jurídica tópica* (México, Porrúa) págs. 6 y ss.

<sup>24</sup> Continúa Puy señalando que por mito se entiende, en primer lugar, una narración plástica, imaginaria o legendaria, de hechos misteriosos o acontecimientos secretos cuyos protagonistas son los dioses, y que por eso hacen relación con los orígenes o con el principio de las cosas, de los hombres o de los grupos sociales entre quienes se desenvuelve o a quienes se dirige. En segundo lugar, el mito implica una narración dotada de virtualidad propia, de fuerza operativa interna actual, y es este aspecto el que rescata Puy para la praxis humana en general y para el derecho y su práctica en particular.

<sup>25</sup> Véase RISSO FERRAND, Martín “Los derechos humanos como concepto mítico” en *Anuario de Derecho Constitucional Latinoamericano 2008* (Montevideo, Konrad Adenauer Stiftung), págs. 135 a 147. EL autor utiliza el término para señalar cuatro situaciones: a) un concepto atractivo, seductor, aceptado generalmente por los distintos actores sociales; b) un concepto irracional o parcialmente irracional; c) un concepto que implica una representación clara de algo deseado, aunque todos estos aspectos sean consecuencia de reflexiones no racionales (históricas, psicológicas, ideológicas, etc.), y d) un concepto que, en un aspecto positivo o negativo, une o representa un factor de unión o saber compartido por un grupo social. Ahora bien, ni Risso Ferrand ni Puy se preguntan el porqué de semejante virtualidad intrínseca al mito, y a esa pregunta nosotros encontramos respuesta en Marx. Efectivamente, en los *Manuscritos de 1844*, en la *Tesis IV sobre Feuerbach*, en la *Introducción a la crítica de la economía política (1857)* y en *El capital*, Marx nos explica que el mito es una compensación de las

Desde esta perspectiva, ahora nos abocaremos a algunas teorizaciones que nos muestran que la web y sus redes sociales son el nuevo paladio de la libertad y la democracia.

Es verdad, hace prácticamente cuarenta años, McLuhan nos decía: “*Vivimos hoy en el primer periodo de una era para la que el significado de la cultura de la imprenta se está haciendo tan extraño como el significado de la cultura del manuscrito lo fue para el siglo XVIII*”<sup>26</sup>. Posiblemente, toda la potencia de esa afirmación se halle actualmente en las redes sociales de internet.

En sus orígenes, la difusión de internet fue rápidamente saludada como la cristalización de una “segunda era mediática”<sup>27</sup> o la surgencia de una “sociedad red”<sup>28</sup>. Teniendo en cuenta la aparente individualización de su interfaz y la descentralización de su estructura, se ha teorizado que la internet es intrínsecamente diferente de otras tecnologías de masas como la televisión, y por ello se ha acuñado la idea de un “giro digital”<sup>29</sup> en las ciencias sociales.

Indudablemente, las redes sociales han sido las grandes protagonistas de este fenómeno.

En sentido lato, una red social es un conjunto de personas o grupos con una estructura de relaciones o interacciones entre ellos<sup>30</sup>. En un sentido más específico, desde esta aproximación al concepto, seguimos a García Estévez cuando afirma que “*Podemos definir los sitios de Redes Sociales en Internet...como plataformas alojadas en la web con servicios y herramientas de Redes Sociales que posibilitan a las personas interactuar con otros usuarios. Están basados en sistemas abiertos, por lo que la red se va construyendo con lo que cada uno aporta*”<sup>31</sup>. *Independientemente de las funcionalidades que ofrezca el sitio de Redes Sociales en cuestión, la visualización pública de la red de conexiones que un individuo mantiene es uno de los pilares básicos del sistema y la clave para que el usuario vaya incrementando el número de sus contactos*”<sup>32</sup>.

---

impotencias reales del hombre. En efecto, “*¿Qué es Vulcano comparado con Roberts and. Co., Júpiter comparado con el pararrayos y Hermes frente al Credit Mobiler? Toda mitología esclaviza, domina las fuerzas de la naturaleza en el dominio de la imaginación y por la imaginación, y les da forma: desaparece, pues, cuando esas fuerzas son dominadas realmente*” [MARX, Karl 2008 *Introducción a la crítica de la economía política (1857)* (Buenos Aires, Luxemburgo) pág. 92].

<sup>26</sup> MCLUHAN, Marshall 1969 *La galaxia Gutemberg* (Madrid, Aguilar) pág. 139

<sup>27</sup> POSTER, Mark 1995 *The second media age* (Cambridge, Polity).

<sup>28</sup> CASTELLS, Manuel 1997 *La era de la información. Economía, sociedad y cultura* (Madrid, Alianza Editorial) vol I –*La sociedad red-*

<sup>29</sup> Arias Maldonado entiende verosímil la existencia de este giro por cuatro motivos fundamentales: “*i) nuestras vidas están cada vez más medidas por las tecnologías digitales y la propia subjetividad está cambiando en consecuencia; ii) las formas tradicionales de organización política, cultural y económica están transformándose por efecto de la digitalización; iii) la producción y reproducción social del conocimiento se están viendo alteradas y adoptan formas hasta ahora inéditas; y iv) la digitalización produce ideologías propias que modifican nuestra percepción de la realidad y de nosotros mismos, así como novedosas costumbres y formas de interacción*” Arias Maldonado, *op cit*, pág. 32.

<sup>30</sup> MANUEL, Conrado; TEJADA, Juan “Redes sociales” en *Boletín de la Sociedad de Estadística e Investigación Operativa* (Madrid, Sociedad de Estadística e Investigación Operativa) vol. 23, núm. 2 –abril 2007- págs. 4/8.

<sup>31</sup> Para Caldevilla Domínguez, estos espacios digitales ofrecen un nuevo modelo de comunicación horizontal, sin jerarquías y descentralizada, en el que es dificultoso trazar líneas de horizonte entre los emisores y receptores [CALDEVILLA DOMÍNGUEZ, David “Democracia 2.0: la política se introduce en las redes sociales” en *Pensar la publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias* (Madrid, Universidad Complutense de Madrid) vol. III, núm 2 -2009- págs. 31/48]. Participando de esta idea, Morenos derechamente nos habla de “lectoautores”: “*El ciberespacio identificado mayoritariamente con Internet aporta su especificidad con narraciones interactivas diversas. El lector ya no se limita a escuchar atentamente el relato, sino que ha de participar en su construcción o, al menos, en su reconstrucción, convirtiéndose en alguna medida en lectoautor.*” MORENO, Isidro “Genoma digital” en *Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura* (Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona) núm. 27 -2001- págs. 101/114.

<sup>32</sup> GARCÍA ESTÉVEZ, Noelia 2013 *Presencia de las redes sociales y medios de comunicación: representación y participación periodística en el nuevo contexto social* (Sevilla, Universidad de Sevilla) pág. 67. Tesis doctoral.

Desde la expansión de la *wolrd wide web*, quienes miran favorablemente este fenómeno afirman que nos encontramos inmersos en un denso entramado de interacciones que conectan personas, información, eventos y lugares, facilitando o restringiendo los flujos de información, ideas y percepciones en un instantáneo y masivo sistema de comunicación en red<sup>33</sup>. Así, en la era de Internet, donde el tiempo real se superpone y obvia el espacio real, los medios sociales serían una muestra más de la extraordinaria habilidad de las personas de intercambiar significados en la comunicación interpersonal colectiva<sup>34</sup>.

Así, por ejemplo, Sonia Ruiz Blanco nos dice que *“el ciudadano ha pasado de convertirse en receptor pasivo de la información a creador y generador de contenidos. LA web 2.0 le concede el poder de manifestarse y llegar a una audiencia potencial muy numerosa”*<sup>35</sup>. Coincidentemente, Tascón y Quintana alega que Internet y sus formas participativas aumentan la capacidad de influencia de los ciudadanos que ven que ahora pueden influir cada vez más en las instituciones y grandes compañías, puesto que *“el papel de un sujeto en la Red viene dado por lo que aporta a ella y por el valor que los demás le conceden, en un proceso de revisión colectiva”*.

Obviamente, un mínimo desarrollo de estas nociones de horizontalidad conlleva a afirmar que las redes sociales son una poderosa herramienta democratizadora. Y de esta forma se puede llegar a postular, sin más, que a mayor tráfico de información en internet en general (y en las redes sociales en particular) habrá más y mejor praxis democrática.

### **Las redes sociales. Su realidad**

*Puesto que los episodios también son necesarios, es más, constituyen la parte principal de un relato histórico, hemos introducido el ajusticiamiento de cien ciudadanos llevados a la horca en la plaza pública, la de dos frailes quemados vivos, la aparición de un cometa, descripciones todas ellas que valen las de cien torneos, y que tienen la virtud de desviar sobremanera la mente del lector del hecho principal.*

Carlo Tenca<sup>36</sup>

Tal como le dijese Guillermo a Adso, *El camino de la ciencia es difícil, y es difícil distinguir en él lo bueno de lo malo. Y muchas veces los sabios de estos nuevos tiempos son sólo enanos subidos sobre los hombros de otros enanos*<sup>37</sup>”

---

<sup>33</sup> Manuel Castells nos habla del tránsito de los medios de comunicación de masas, verticales y unilaterales, a una autocomunicación de masas donde los propios consumidores se convierten ahora, simultáneamente, en productores (*“prosumidores”*, es el neologismo que acuña para individualizar el fenómeno) [CASTELLS, Manuel 2009 *Comunicación y poder* (Madrid, Alianza)]. Es por eso que para el autor, fenómenos como el movimiento *occupy* o la llamada “primavera árabe” no pueden entenderse sin el desarrollo de las redes sociales; ya que estos movimientos emergen y viven en el espacio público en tanto lugar *“...de interacción social y significativa donde las ideas y los valores se forman, se transmiten, se respaldan y combaten; espacio que en última instancia se convierte en el campo de entrenamiento para la acción y la reacción”* (pág. 395).

<sup>34</sup> DEL FRESNO, Miguel; MARQUÉS, Pilar; PAUNERO, David S. 2014 –Editores- *Conectados por redes sociales. Introducción análisis de redes sociales y caso prácticos* (Barcelona, UOC) pág. 165

<sup>35</sup> RUIZ BLANCO, Sonia 2009 *Del blog al microblog: el devenir del receptor en generador y emisor de contenidos en la web 2.0* (Málaga, Universidad de Málaga) pág. 17. Tesis doctoral

<sup>36</sup> Carlo Tenca, “La ca’ dei cani”, citado por ECO, Umberto 2017 *El cementerio de Praga* (Buenos Aires, Sudamericana)

<sup>37</sup> ECO, Umberto 2017 *El nombre de la rosa* (Buenos Aires, Sudamericana) pág. 95.

Desde ese jaez, si bien no dudamos de que las visiones anteriormente expuestas resultan francamente esperanzadoras, no podemos dejar de advertir lo que entendemos como una cadena de entimemas que encuentran sus premisas ocultas en la dimensión mítica.

Así, en primer lugar se parte de la asociación emotiva que identifica la palabra “democracia” con todo lo bueno, bello y justo que se puede encontrar en esta tierra<sup>38</sup>, y por tales artificios se llega a creer que es inherente a las democracias la existencia de sociedades dignas de una yuxtaposición de dos *planilandias*, en las cuales los ciudadanos se integran en asociaciones, y por medio de su espontánea praxis alumbrada la sociedad civil. Mientras que la realidad nos enseña que esa construcción hace plena abstracción de las estructuras jerárquicas, complejas y antagónicas de la sociedad –agrupaciones sindicales, cámaras empresariales, estructuras étnicas, redes clientelares, grupos religiosos, etc- no solamente preexistentes a la praxis democrática, sino que hasta directamente involucradas en su cotidiano desarrollo<sup>39</sup>.

Hans Kelsen nos dijo en su *Verteidigung der Demokratie* que nos bastaría con traer la democracia a nuestras vidas, puesto que con ella vendrían la libertad y los derechos de todos. Sin embargo, los trabajos de Loïc Wacquant muestran documentadamente que son pocos los que integran ese “todos<sup>40</sup>”, mientras que Mills nos señaló en *La élite del poder* que democracia y manipulación no son términos antitéticos, sino afines. Esto nos lleva a nuestra segunda objeción.

Antes de que nos apercibiéramos de la metástasis comunicacional que significaron las redes sociales de internet, Melossi nos decía que el público de los medios masivos es el receptor de un mensaje uniforme, centralizado y estandarizado, que ha pasado a ser absolutamente hegemónico en el ambiente cultural, y por razones meramente cuantitativas<sup>41</sup>. Internet y su promesa de capilarización de los centros de formación y divulgación no han hecho más que empeorar el panorama<sup>42</sup>.

---

<sup>38</sup> Democracia “...es una palabra que, propagandísticamente, se ha convertido en representativa de todo lo bueno y todo lo justo, de manera que si un esclavo, y también un americano, pretenden hacer resaltar la bondad divina, dirán que Dios es un demócrata, y si la bondad del tiempo proporciona buenas cosechas, también será porque el tiempo es un convencido demócrata”. CARRO MARTÍNEZ, Antonio *La médula del sistema de poder en el estado contemporáneo: la burocracia* en *Revista de Estudios Políticos* (Madrid, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales) primera época, núm 77 de septiembre-diciembre de 1954, pág. 113.

<sup>39</sup> LINZ, Juan J; MILEY, Thomas Jeffrey “Algunas reflexiones precautorias y no ortodoxas sobre la democracia hoy”, en *Revista de Estudios Políticos* (Madrid, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales) segunda época, núm. 166 –octubre/diciembre 2014- págs. 19/43.

<sup>40</sup> Como explica Wacquant, desde los EUA se han ido expandiendo e implantando políticas inspiradas en la doctrina de *Tolerancia Cero*. Esta doctrina, que tiene como resultado la expansión de las estructuras violentas del estado, las de castigo y represión, augura un mundo de *seguridad ciudadana* y de *civismo* después de una lucha contra los elementos sociales que lo amenazan. Evidentemente, estos dos conceptos no responden a ningún proyecto social concreto, sino que vienen a ser dos nuevos eufemismos de las proclamas reaccionarias de *Ley y Orden*, es decir, de control y represión social por parte del estado. La doctrina comporta la legitimación del aumento de dotaciones policiales y penitenciarias, para mayor tranquilidad de los sectores más privilegiados de la sociedad. ¿Pero cómo legitimar este aumento de violencia estructurada? El estado, para su control, amplifica su estrategia terrorífica, sobredimensionando las caras de los enemigos del orden público, de los peligros que amenazan a la seguridad ciudadana que él mismo encarna: el *delincuente* y el *terrorista*. De hecho se trata de dos categorías construidas por el propio estado, y en relación al estado, a sus atributos y potencialidades. Delincuencia y terrorismo son, más que inevitables, una necesidad para autojustificar y autolegitimar al estado mismo y su violencia. Ver WAQCANT, Loïc 2004 *Las cárceles de la miseria* (Buenos Aires, Manantial)

<sup>41</sup> MELOSSI, Dario 1992 *El Estado del control social* (México, Fondo de Cultura Económica) pág. 243

<sup>42</sup> Entendemos que asistía razón a Linz cuando nos advertía: “...es plausible que en sociedades altamente politizadas, con fuertes lealtades organizativas y de partido, la democratización de todas las instituciones las transforme en arenas ideológicas políticas y les impida reflejar sus valores distintivos. Paradójicamente, una democratización llevada al extremo puede minar la capacidad de mantener estos valores, resultando impopular en el momento y destruyendo finalmente la identidad distintiva de las organizaciones. Para dar otro ejemplo: si los periodistas de plantilla de un periódico reclamaran el derecho de decidir colectivamente la política editorial sin interferencia del dueño del periódico, un periódico del partido comunista podría terminar no siendo comunista y The Wall Street Journal podría dejar de ser favorable a los negocios. En cambio, los profesionales entrenados en las mismas escuelas de periodismo impondrían su perspectiva común en perjuicio de la diversidad de puntos de vista,

Es estrictamente cierto que, como lo señalase en su momento Chadwick<sup>43</sup>, vivimos en una era de exuberancia informativa ante la disposición creciente de las personas a producir, reproducir y compartir contenidos mediáticos. Sin embargo, el aumento de la cantidad de ningún modo implica un incremento de la calidad, ya que lo observable es una acentuación de la imitación y de la homogeneización de los contenidos –cuando no su lisa y llana viralización acrítica<sup>44</sup>-, pese a la exponencial multiplicación de proveedores de información<sup>45</sup>.

Aunque sea prolija la insistencia, si la experiencia europea de entreguerras nos ha mostrado que la virtualidad civilizadora que se depositó en la “opinión pública<sup>46</sup>” fue una exageración; creer ahora que el “deber de civilidad” Rawlsiano<sup>47</sup> puede tener alguna realidad en

---

*vital para la democracia*”. LINZ, Juan J. “Tipología de los regímenes y variaciones en el respeto a los derechos humanos” en Idem 2009 *Obras escogidas* (Madrid, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales) vol. 3, pág. 493

<sup>43</sup> CHADWICK, Andrew “Web 2.0: New challenges for the study of E-Democracy in an era of informational exuberance” (Ohio; Moritz College of Law) vol. 5, núm 1 –invierno 2008/2009-, págs. 9/42. Disponible digitalmente en [http://moritzlaw.osu.edu/students/groups/is/files/2012/02/Chadwick\\_Formatted\\_FINAL.pdf](http://moritzlaw.osu.edu/students/groups/is/files/2012/02/Chadwick_Formatted_FINAL.pdf)

<sup>44</sup> Por algún motivo nos acordamos de una reflexión del Capitán Simonini: “*El problema es causar la impresión de ser alguien dotado de una inteligencia menos que mediocre*” (Eco, *El cementerio... cit*, págs. 31 y 33). Es así como adquiere actualidad este pasaje borgeano: “*Enderecemos el silencio a los playos escritorzuolos malévolos, un empellón agresivo a las nulidades con aureola y sitial, romos adjetivos laudatorios a los escritorzuolos simpáticos y un examen filoso y desbastado a las obras que palpitantemente viven*” BORGES, Jorge Luis “Inquisiciones” en Idem 2011 *Obras completas I* (Buenos Aires, Sudamericana) pág. 130.

<sup>45</sup> CASERO, Andreu; FERNÁNDEZ BELTRÁN, Francisco; GONZÁLEZ, Sonia -Editores- 2012 *La prensa local ante el reto digital* (Castelló de la Plana, Publicacions de la Universitat Jaume I).

<sup>46</sup> La publicidad burguesa, en tanto mecanismo de adoctrinamiento, se construye en sus inicios, según Habermas, como “*la esfera en la que las personas privadas se reúnen en calidad de público*”. En sus comienzos, los ciudadanos capaces de conformar el ámbito público de los intereses generales, se restringía a las capas sociales adecuadamente instruidas y económicamente autónomas (en otras palabras, burgueses). La categoría de “público” se ceñía, fundamentalmente, al público culto e ilustrado de lectores capaces de comprender cabalmente las cuestiones de interés general; frente a las publicaciones de “*di-vulgación*”, referidas a la extensión de informaciones simplificadas entre el vulgo y la plebe. Esta diferenciación en la manera de comunicar la información permite no pocas manipulaciones, puesto que la garantía para hacer prevalecer la autoridad de los mejores argumentos frente a los intereses sociales se sustenta así en la paridad de los ciudadanos en cuanto público capaz de entendimiento –más allá de las jerarquías sociales- y la exclusión de aquéllos que no habían adquirido la competencia racional para un diálogo reflexivo. Habermas nos hace ver que la progresiva incorporación de la población en la categoría de público burgués, con su correspondiente transformación, tiene dos intereses esenciales: la evolución y expansión de los medios de comunicación de masas y la ampliación del derecho de voto ante las continuas presiones y movilizaciones políticas de los trabajadores. Así, la conformación de la voluntad política en la opinión pública pasa a mediatizarse a través de los *mass media*. A lo largo del siglo XIX, la prensa escrita comienza a desempeñar un papel de permanente comentarista crítico de las cuestiones públicas debatidas en el parlamento, arrebatando parcelas de soberanía racional al monopolio parlamentario. La prensa escrita se transforma así en simple recolectora de noticias a nivel local, a grandes emporios editoriales comprometidos ideológicamente con partidos políticos y movimientos sociales; es decir, en instrumentos de expresión de una opinión pública sujeta a los intereses fácticos de sus inversores privados. Con la generalización de la población como público de dichos medios, el parlamento va perdiendo gradualmente su función mediadora entre el estado y la sociedad civil, esto es, la representatividad democrática de la opinión pública. Los partidos políticos de masas se transforman en maquinarias de propaganda electoral que compiten entre sí por acaparar mayores cotas de aquiescencia de la opinión pública, y el parlamento pasa de ser el centro de la discusión y formación de la opinión y voluntad política, a convertirse en mero escaparate de la “representación” que cada facción política interpreta de cara al gran público. Véase HABERMAS, Jürgen 1997 *Historia y crítica de la opinión pública* (Barcelona, G. Gilli). C. Wright Mills opina en el mismo sentido, pero su buril es más directo... y todavía más desalentador: “*Por un lado, tenemos el incremento en la escala y la centralización de la estructura de decisión; y, por el otro, observamos una clasificación cada vez más minuciosa de los hombres, para encajonarlos en sus respectivos ambientes. Por ambos lados, se ve una dependencia cada vez mayor de los medios de comunicación formales, incluyendo los de la propia educación. Pero el hombre de la masa no obtiene de estos medios un punto de vista trascendente; lo que sí ocurre, en cambio, es que su experiencia queda estereotipada, y luego esa experiencia lo hunde todavía más. No puede colocarse a distancia con el objeto de observar, ni mucho menos evaluar, lo que está experimentando, y menos aún, lo que no está experimentando. En vez de ese debate interno al que llamamos reflexión, se ve acompañado, a lo largo de la experiencia de su vida, por una especie de monólogo inconsciente, que le repite las cosas como un eco. No tiene proyectos propios: efectúa las rutinas que existen. No trasciende lo que él sea en cualquier momento, porque no trasciende, ni puede trascender, sus ambientes cotidianos. No está verdaderamente consciente de su propia experiencia diaria, ni de las normas que ésta realmente plantea: vaga a la deriva, hace las cosas por costumbre, y su comportamiento es el resultado de una mezcla, carente de plan, de las normas confusas y de las expectativas que, sin razonar, ha adoptado de otros a quienes ya no conoce ni en quienes cree ya, si es que alguna vez los conoció o creyó en ellos*” [MILLS, Charles Wright 1987 *La élite del poder* (México D.F., Fondo de Cultura Económica), pág. 299]

<sup>47</sup> “...como el ejercicio del poder político debe ser por sí mismo legítimo, el ideal de la ciudadanía impone un deber moral (no legal) —el deber de la civilidad— para poder explicarse unos a otros, acerca de esas cuestiones fundamentales, cómo los principios y las políticas que preconizan y por las que votan pueden apoyarse en los



el marco de las redes sociales es punto menos que poético. Demos algunos ejemplos para ilustrar este punto.

El 21 de septiembre de 2015, el *Daily Mail* publicaba una sensacionalista “revelación” sobre el pasado del entonces primer ministro David Cameron<sup>48</sup>: “*A distinguished Oxford contemporary claims Cameron once took part in an outrageous initiation ceremony at a Piers Gaveston event, involving a dead pig. His extraordinary suggestion is that the future PM inserted a private part of his anatomy into the animal’s mouth*”<sup>49</sup>. Al cabo de unos minutos, #Piggate y #Hameron eran tendencia en Twitter, y no tardó en concitar hasta el escarnio de varios políticos de la isla. Así, y en esa misma jornada, el entonces primer ministro escocés Nicola Sturgeon dijo que las acusaciones entretuvieron al país entero<sup>50</sup>, mientras que el líder de los Liberales Demócratas –Tim Farron– bromeó con que Cameron estaba acaparando una vez más los titulares<sup>51</sup>.

Tras una jornada completa de mortificación y burla en internet, sucedió lo increíble: Isabel Oakeshott, la periodista que había coescrito la biografía con Lord Ashcroft, fue a la televisión y admitió que no sabía si su noticia bomba era verdad. Cuando la presionaron para que mostrara pruebas de su sensacionalista afirmación, Oakeshott reconoció que no tenía ninguna<sup>52</sup>.

La campaña para las elecciones presidenciales de 2016 en Estados Unidos cuenta con el poco honroso mérito de estar entre las que ha generado la mayor cantidad de mentiras de la historia. Aún así, el candidato que propaló el mayor número de falsedades (de acuerdo al portal *Polifact*<sup>53</sup>) es el que se alzó con la presidencia del país; a pesar de que se viralizaron en su beneficio pseudonoticias tan descabelladas como que el Papa Francisco apoyaba la candidatura del republicano<sup>54</sup>, que Hillary Clinton gastó 137 millones de dólares en armas ilegales, o que los

---

*valores políticos de la razón pública. Este deber también implica la disposición a escuchar a los demás y a actuar con mentalidad de imparcialidad, de apego a lo justo, al decidir cuándo han de hacer ajustes, razonablemente, para conciliar sus propios puntos de vista con los de sus conciudadanos*” RAWLS, John 1995 *Liberalismo político* (México D.F., Fondo de Cultura Económica) pág. 208

<sup>48</sup> ASHCROFT, Michael; OAKESHOTT, Isabel “Drugs, debauchery and the making of an extraordinary Prime Minister: For years rumours have dogged him. Now, the truth about the shockingly decadent Oxford days of the gifted Bullingdon boy”, publicado el 21 de septiembre de 2015 en *Daily Mail* ([http://www.dailymail.co.uk/news/article-3242504/Drugs-debauchery-making-extraordinary-Prime-Minister-years-rumours-dogged-truth-shockingly-decadent-Oxford-days-gifted-Bullingdon-boy.html?ito=social-twitter\\_dailymailUK](http://www.dailymail.co.uk/news/article-3242504/Drugs-debauchery-making-extraordinary-Prime-Minister-years-rumours-dogged-truth-shockingly-decadent-Oxford-days-gifted-Bullingdon-boy.html?ito=social-twitter_dailymailUK))

<sup>49</sup> “Un distinguido condiscípulo de Oxford afirma que Cameron participó en una atroz ceremonia de iniciación con un cerdo muerto en un evento en Piers Gaveston. Su extraordinaria insinuación es que el futuro primer ministro introdujo una parte íntima de su anatomía en la boca del animal”

<sup>50</sup> SPARROW, Andrew Sturgeon says Cameron allegations have 'entertained the whole country' - Politics live”, publicado el 21 de septiembre de 2015 en *The Guardian* (<https://www.theguardian.com/politics/blog/live/2015/sep/21/cameron-hit-by-student-drugs-and-debauchery-allegations-in-ashcroft-biography-politics-live#block-55ffe013e4b00e7fa159817c>)

<sup>51</sup> SAUL, Heather “Politicians react to claims in Lord Ashcroft's book that David Cameron put his genitals in dead pig's mouth”, publicado el 21 de septiembre de 2015 en *The Independent* (<http://www.independent.co.uk/news/people/politicians-react-to-claims-in-lord-ashcrofts-book-that-david-cameron-put-his-genitals-in-dead-pigs-10510650.html>)

<sup>52</sup> VINER, Katharine “How technology disrupted the truth”, publicado el 12 de julio de 2016 en *The Guardian* (<https://www.theguardian.com/media/2016/jul/12/how-technology-disrupted-the-truth>)

<sup>53</sup> <http://www.politifact.com/personalities/donald-trump/>

<sup>54</sup> Ver JIMÉNEZ CANO, Rosa “Facebook y Google declaran la guerra a las webs de noticias falsas”, publicado el 15 de noviembre de 2016 en *El País* ([https://elpais.com/internacional/2016/11/15/actualidad/1479201313\\_967124.html?rel=str\\_articulo#1521204942056](https://elpais.com/internacional/2016/11/15/actualidad/1479201313_967124.html?rel=str_articulo#1521204942056)). Un profesor de la universidad de Carolina del Norte, Zeynep Tufekci, que se ha dedicado a estudiar el fenómeno, señaló que la falsa noticia del apoyo del Papa a Trump “*fue compartida casi un millón de veces, y tuvo un alcance de decenas de millones*”. En cambio, “*la corrección no fue apenas atendida*”. Según él, “*desde luego, Facebook ha tenido una influencia significativa en el resultado de las últimas elecciones*”. Ver FLORES, Félix “¿Ayudó Facebook a la victoria de Donald Trump?”, publicado el 15 de noviembre de 2016 en *La Vanguardia* (<http://www.lavanguardia.com/internacional/20161115/411844638270/facebook-victoria-donald-trump.html>)

Clinton se compraron una mansión de 200 millones de dólares en las Maldivas. ¿Cómo fue posible ello?

Muchos de los medios de prensa de mayor abolengo en Estados Unidos practican el *fact check* -o revisión de datos- antes de publicar una información o un reportaje. Pero ni *The New York Times*, ni *The Washington Post*, ni mucho menos una revista como *The New Yorker*, son líderes de audiencia. Para 2016 el 44% de los norteamericanos, según el *Pew Research Center*, se informaba principalmente a través de Facebook<sup>55</sup>. Por eso no es de extrañar que los gastos de campaña de Trump casi no muestren diferencia entre los montos invertidos en propaganda transmitida por Televisión (u\$s 68 millones) y Facebook (u\$s 56 millones<sup>56</sup>). Y por eso tampoco debe extrañar que Trump haya delegado el manejo de su cuenta de Twitter a todo un equipo de expertos en propaganda<sup>57</sup>

Durante la nochevieja de 2016 el portal ultraderechista *Breitbart news* (estadounidense) informó que en la ciudad alemana de Dortmund una multitud de más de mil personas, al canto de “*Allahu akhbar*” –Alá es grande- atacó a la policía con cohetes y quemó una iglesia<sup>58</sup>. La noticia se viralizó a toda velocidad... a pesar de ser completamente falsa<sup>59</sup>.

Podríamos seguir con otros muchos ejemplos, pero estos casos, debido a la velocidad y entidad de su viralización, nos lleva a otra “realidad” que solamente se puede lograr en las redes sociales, cual es la proliferación de perfiles falsos, bots y trolls.

En enero de este año<sup>60</sup> *The New York Times* inició una serie de publicaciones en las cuales mostraba la existencia de una empresa norteamericana (Devumi) que vende seguidores de Twitter a usuarios que esperan aumentar su influencia (o fabricar su apariencia), que en realidad son “bots<sup>61</sup>” –robots, cuentas automatizadas que no corresponden a personas reales-. Lo que iluminó esta investigación fue que la empresa, usando un conjunto de al menos 3,5 millones de cuentas automatizadas –las que a su vez han sido vendidas en numerosas ocasiones-, ha proporcionado a sus clientes más de 200 millones de seguidores en Twitter.

Si bien esto ya es serio, lo realmente grave es que en la construcción masiva de estos bots también se ha procedido, a los fines de ganar verosimilitud, al liso y llano robo de los datos e

---

<sup>55</sup> GOTTFRIED, Jeffrey; SHEARER, Elisa “News Use Across Social Media Platforms 2016” (<http://www.journalism.org/2016/05/26/news-use-across-social-media-platforms-2016/>)

<sup>56</sup> FERNHOLZ, Tim “Mark Zuckerberg says fake news no Facebook could not have influenced the 2016 election”, publicado el 13 de noviembre de 2016 en *Quarz* (<https://qz.com/836079/mark-zuckerberg-says-fake-news-on-facebook-could-not-have-influenced-the-2016-election-of-donald-trump/>)

<sup>57</sup> GREEN, Joshua; ISSENBERG, Sasha “Inside the Trump bunker, with days to go” publicado el 27 de octubre de 2016 en *Bloomberg* (<https://www.bloomberg.com/news/articles/2016-10-27/inside-the-trump-bunker-with-12-days-to-go>)

<sup>58</sup> HALE, Virginia “Revealed: 1,000-Man Mob Attack Police, Set Germany’s Oldest Church Alight on New Year’s Eve”, publicado el 3 de enero de 2017 en *Breitbart news* (<http://www.breitbart.com/london/2017/01/03/dortmund-mob-attack-police-church-alight/>)

<sup>59</sup> Editorial *Guerra a las noticias falsas*, publicado el 22 de enero de 2017 en *El País* ([https://elpais.com/elpais/2017/01/21/opinion/1485023813\\_514702.html](https://elpais.com/elpais/2017/01/21/opinion/1485023813_514702.html))

<sup>60</sup> WINSTEAD, Ed “Faked: The Headquarters. The Followers. The Influence?”, publicado el 27 de enero por *The New York Times* (<https://www.nytimes.com/2018/01/27/insider/twitter-buy-followers-bots-investigation-devumi.html>)

<sup>61</sup> Para acreditar que Devumi, y otras compañías en menor grado, efectivamente vendían bots, el equipo de investigación del periódico compró un total de 25 mil cuentas. Luego procedieron a analizar las superposiciones en las que los bots estaban siguiendo una persona -siendo que el grupo de cuentas analizadas era tan dispar y repartido geográficamente que había pocas posibilidades de que tantos humanos los siguieran a todos- y así comenzar a rastrear qué usuarios probablemente estaban pagando por ellos. Miles de cuentas, todas simultáneamente decidiendo seguir al mismo usuario real de Twitter, por ejemplo, fue “un indicador muy fuerte de control centralizado”. Esta tarea llevó a la identificación de muchos más bots. El resultado fue “*a world of fake accounts that were interconnected.*”

imágenes de usuarios reales. En el caso de Devumi, al menos 55.000 cuentas usan los nombres, fotos de perfil, lugares de origen y otros detalles personales de usuarios reales de Twitter, incluidos menores de edad. Es decir, la compañía se dedica al robo de identidades sociales, y a inmensa escala<sup>62</sup>.

Sin quitar el enorme mérito que ha significado esta investigación, lo real y cierto es que la existencia de una horda de cuentas falsas era ya un dato conocido, al menos desde el primer trimestre de 2017, cuando un estudio de la Universidad del Sur de California<sup>63</sup> reveló que un 15% de la totalidad de las cuentas de Twitter (es decir, 48 millones de ellas) eran en realidad bots<sup>64</sup>. De todos modos, ese número palidece cuando se compara con las 83 millones de cuentas falsas que, ya en 2012, infestaban Facebook (si bien en cifras relativas, esa enormidad era “sólo” un 8,7% del total de usuarios<sup>65</sup>).

No se crea que esto es un mero detalle anecdótico. Tal como lo explicitara en noviembre del 2016 la ya citada Universidad del Sur de California, una enorme cantidad de los tweets de contenido político –recuérdese, estamos hablando de la campaña presidencial estadounidense– provenían de cuentas falsas<sup>66</sup>.

Cuentas falsas, noticias falsas, políticos cuyas redes sociales están repletas de seguidores que no son más que bots<sup>67</sup>... ¿Cómo puede ser que el boom de las redes sociales aún se encuentre viviendo una epifanía cuando todos estos datos son de público y notorio? Ésta es una pregunta no solamente dirigida a los consumidores de redes, sino incluso a los propios integrantes del ámbito académico: habiendo verificado que la “doctrina Google” (es decir, la fe entusiasta en el poder liberalizador de la tecnología) posee cada vez más atractivo para los diseñadores de políticas, Morozov nos ha advertido de lo riesgoso de semejante proceder (al que llama, no sin cierta mofa, “internetcentrismo”) al priorizar la herramienta y desentenderse del entorno, llegándose así a olvidar el concreto contexto sociopolítico en que se produciría este cambio democratizante por la regia vía de internet<sup>68</sup>.

---

<sup>62</sup> CONFESSORE, Nicholas; DANCE, Gabriel J. X.; HARRIS, Richard; HANSEN, Mark “The Follower Factory”, publicado el 27 de enero de 2018 en *The New York Times* (<https://www.nytimes.com/interactive/2018/01/27/technology/social-media-bots.html?mtrref=undefined>). Cuadra destacar que, luego de publicadas estas notas, se corroboró la desaparición de millones de seguidores de las cuentas de prominentes usuarios de Twitter. Ampliar en CONFESSORE, Nicholas; DANCE, Gabriel J. X.; HARRIS, Rich “Twitter followers vanish amid inquires into fake accounts”, publicado el 31 de enero de 2018 en *The New York Times* (<https://www.nytimes.com/interactive/2018/01/31/technology/social-media-bots-investigations.html>)

<sup>63</sup> VAROL, Onur; FERRARA, Emilio; DAVIS, Clayton A.; MENCZER, Filippo; FLAMMINI, Alesandro “Online Human-Bot Interactions: Detection, Estimation, and Characterization”, presentado en the 11th International AAAI Conference on Web and Social Media (ICWSM-17). Disponible en <https://aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM17/paper/view/15587/14817>

<sup>64</sup> MARTINEZ, Peter “Study reveals whopping 48M Twitter accounts are actually bots”, publicado el 10 de marzo de 2017 en *CBS News* (<https://www.cbsnews.com/news/48-million-twitter-accounts-bots-university-of-southern-california-study/?ftag=CNM-00-10aab7e&linkId=35372585>)

<sup>65</sup> <http://cnnespanol.cnn.com/2012/08/03/facebook-tiene-83-millones-de-cuentas-falsas/>

<sup>66</sup> CHAFFEE, Ian “Real or not? USC study finds many political tweets come from fake accounts”, publicado el 08 de noviembre de 2016 en *USCNews* (<https://news.usc.edu/110565/rigged-usc-study-finds-many-political-tweets-come-from-fake-accounts/>)

<sup>67</sup> La consultora *Solo Comunicación* elaboró un ranking con los dirigentes con mayor cantidad de usuarios falsos. En ese relato Twitter, el primer lugar le correspondía a Cristina Fernández de Kirchner, con unos 2,8 millones de sus seguidores (el 53% del total) correspondientes a bots u otros usuarios irreales. El segundo lugar le correspondía a Mauricio Macri, con casi 2 millones de usuarios falsos (41% del total). Ver PALADINI, Eduardo “Relato Twitter: Cristina lidera un ranking de seguidores truchos”, publicado el 12 de febrero de 2018 en *Clarín* ([https://www.clarin.com/politica/relato-twitter-cristina-lidera-ranking-seguidores-truchos\\_0\\_H1DlyM1Pf.html](https://www.clarin.com/politica/relato-twitter-cristina-lidera-ranking-seguidores-truchos_0_H1DlyM1Pf.html))

<sup>68</sup> MOROZOV, Evgeni 2011 *El desengaño de internet* (Barcelona, Destino), particularmente págs. 17 a 21.

Luego, insistamos en nuestra interrogación ¿Acaso un simple ejercicio de razonamiento no nos tendría que prevenir de caer en maniobras tan burdas cuan grotescas? Estas preguntas, en realidad, parten de dos falacias.

La primera, y tal como lo desarrolláramos en un trabajo anterior<sup>69</sup>, es que más allá del carácter problemático de la afectividad humana, resulta insoslayable que gran parte de la realidad de los seres humanos se encuentra profundamente influenciada por los afectos, sentimientos, emociones y pasiones. Por ende, una verdadera comprensión de la naturaleza y de la existencia humanas no puede hacer caso omiso de esta realidad si quiere dar cuenta, precisamente, de la complejidad humana en su totalidad, incluida su dimensión sensible y afectiva<sup>70</sup>. Las emociones son, como lo señala Vendrel Ferrán, un fenómeno al que le es esencial el afectarnos corporalmente y a su vez están vinculado con actos de pensamiento<sup>71</sup>. Damasio, yendo un poco más allá, nos dice que la cognición y la emoción no sólo están estrechamente entrelazadas, sino que la emoción es el primer mecanismo para la racionalidad<sup>72</sup>.

Lo anterior es un dato esencial de cara a lograr un mejor entendimiento de la dinámica de las redes sociales: numerosos experimentos han demostrado que la gente puede contagiarse de las emociones que han visto en otras personas, desde unos segundos hasta algunos meses. Estudios sobre las redes sociales han determinado que emociones como la felicidad, la soledad o la depresión pueden relacionarse entre individuos que están socialmente conectados a través de internet<sup>73</sup>.

Ahora bien, el problema surge cuando se toma en cuenta la velocidad inherente a la comunicación vía redes sociales.

Durante el año 2009, la revista *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America* (o PNAS) publicó un estudio<sup>74</sup> en el que mostraba que en el cerebro los sentimientos relacionados con cuestiones morales y psicológicas (admiración por un buen acto o una habilidad) tardaron más en activarse que los relacionados con cuestiones físicas (un accidente, por ejemplo). Sin embargo, si los sentimientos “sociales” tardaron más en surgir (de seis a ocho segundos) que las reacciones ante estímulos físicos como el daño ajeno (unas décimas de segundo), los investigadores también descubrieron que duraban más tiempo de modo activo en el cerebro de los participantes<sup>75</sup>.

---

<sup>69</sup> CAMINOS, Cristian Hugo “El ejercicio de la política como economía de las emociones”, ponencia presentada por ante el Pre Congreso Chaqueño de Ciencia Política (Resistencia, 03 y 04 de abril de 2017). Inédito.

<sup>70</sup> GARCÍA MARZÁ, Domingo; FEENSTRA, Ramón A. -Editores- 2013 *Ética y neurociencias. La aportación a la política, la economía y la educación* (Castelló de la Plana, Publicacions de la Universitat Jaume I) pág. 175

<sup>71</sup> VENDREL FERRÁN, Ingrid “Teorías analíticas de las emociones: el debate actual y sus precedentes históricos” en *Contrastes. Revista Internacional de Filosofía* (Málaga, Departamento de Filosofía de la Universidad de Málaga) vol. XIV, año 2009, pág. 236. Como lo enseña Maturana, todo sistema racional tiene fundamento emocional, y por ello es que las emociones son “*disposiciones corporales dinámicas que definen los distintos dominios de la acción en que nos movemos. Cuando uno cambia de emoción, cambia de dominio de la acción*” MATURANA, Humberto 1997 *Emociones y lenguaje en educación política* (Santiago de Chile, Gránica), pág. 15.

<sup>72</sup> DAMASIO, Antonio 2011 *El error de Descartes: la razón, la emoción y el cerebro humano* (Barcelona, Crítica) pág. 57.

<sup>73</sup> GARCÍA, Erika; HEREDIA, Nazareth “Emociones y redes sociales en adolescentes”, en *Revista de Estudios e Investigación en Psicología y Educación* (revista electrónica coeditada por la Universidade da Coruña y la Universidade do Minho) vol. Extr., núm. 13 -2017-. Disponible en <http://revistas.udc.es/index.php/reipe/article/view/reipe.2017.0.13.2131>

<sup>74</sup> El que se realizó en 133 voluntarios de la Universidad de California del Sur.

<sup>75</sup> ROY, Mathieu; PICHÉ, Mathieu; CHEN, Jen-I.; PERETZ, Isabelle; RAINVILLE, Pierre “Cerebral and spinal modulation of pain by emotions”, en *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America* (Washington, National Academy of Sciences) vol. 106, núm. 49 –diciembre de 2009- págs. 20900/20905 (no hay error en el tipeo de las páginas). Disponible en <http://www.pnas.org/content/pnas/106/49/20900.full.pdf>

Si bien a partir de este último dato, en conjunción con lecturas muy livianas de lo investigado por otros científicos, se ha pretendido mostrar el lado amable del uso de las redes sociales<sup>76</sup>; no se ha tomado en cuenta que el tiempo que se insume en el mundo físico para leer un libro o un artículo, no es el que emplean los usuarios asiduos de los servicios de internet.

De acuerdo a Camus, en el año 2006, más del 60% de los usuarios de internet le daban de 5 a 6 segundos a un sitio web para que muestre sus primeras “reacciones” luego de escribir su dirección en un *browser*. Si no daban una respuesta en ese lapso, estaban dispuestos a no esperar y dirigirse a otro sitio. Para el año 2009, el 40% de los usuarios afirmó no esperar más de 3 segundos para que la página que visitan se muestre; y el 60% restante respondió que si la página tardaba más de 4 segundos, la abandonaban<sup>77</sup>. La suerte no mejora en el específico caso de las redes sociales. Dada la pluralidad de ellas, el tiempo en redes sociales se fragmenta por cada plataforma, por lo que a la velocidad con que se mueven los flujos de “información digital” hay que aditar la cantidad de plataformas a chequear. Así, es obvio que la capacidad necesaria para procesar adecuadamente los datos relacionados a cuestiones morales y psicológicas queda sobrepasada<sup>78</sup>.

Para peor, la famosa habilidad “multitasking” es otro mito que nos está resultando sumamente costoso. Un estudio publicado en septiembre de 2009 en la PNAS muestra que los “multitaskers” tienen mayor dificultad para filtrar los estímulos irrelevantes y es menos probable que ignoren las representaciones intrascendentes en su memoria<sup>79</sup>. Resumidamente, prestan bastante menos atención a lo que hacen, y por ende tienen una capacidad crítica sensiblemente mermada. Esto tiene una clara explicación. Como lo ha demostrado un estudio londinense, cuando se aplica la mente a las “multitareas” el coeficiente intelectual puede quedar reducido al de una criatura de ocho años<sup>80</sup>

Huelga señalarlo, en ese estado no se puede ejercer el mejor control del material que estamos visualizando en redes sociales.

Desafortunadamente, la persistencia en este tipo de conductas nos perjudica incluso en términos evolutivos. Un estudio canadiense ha alertado que, entre 2000 y 2015, el lapso de atención promedio del ser humano se ha reducido en 4 segundos<sup>81</sup>

Luego, llevados por la inercia de esta aceleración, sin capacidad crítica, disminuidos en nuestra atención, la respuesta se vuelve esencialmente irreflexiva e irracional, y “...no tener en

---

<sup>76</sup> BELLUCCI, Marcelo “Emociones virales: prueban que las redes sociales alteran el humor”, publicado el 30 de agosto de 2016 en *Clarín* ([https://www.clarin.com/sociedad/emociones-virales-prueban-sociales-alteran\\_0\\_HykpGFQo.html](https://www.clarin.com/sociedad/emociones-virales-prueban-sociales-alteran_0_HykpGFQo.html))

<sup>77</sup> CAMUS, Juan Carlos *Tienes 5 segundos* (libro digital) pág. 61. Descargable en la página web <http://www.tienes5segundos.cl/>

<sup>78</sup> En 2017 la Asociación de Diarios del Interior de la República Argentina (ADIRA) realizó la encuesta nacional “Los modos de leer de los adolescentes”, de la que surge que, de un universo de 1.800 adolescentes de entre 15 a 18 años, el 65% dedica a leer noticias. Ver POLACK, María Elena “Los adolescentes sólo leen en papel textos escolares”, publicado el 27 de septiembre de 2017 en *La Nación* (<https://www.lanacion.com.ar/2066828-los-adolescentes-solo-leen-en-papel-textos-escolares>)

<sup>79</sup> OPHIR, Eyal; NASS, Clifford; WAGNER, Anthony D. “Cognitive control in media multitaskers” en *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America* (Washington, National Academy of Sciences) vol. 106, núm 37 –septiembre 2009- págs. 15583/15587 (<http://www.pnas.org/content/pnas/106/37/15583.full.pdf>)

<sup>80</sup> JANSSEN, Christian P.; GOULD, Sandy J. J.; LI, Simon Y. W.; BRUMBY, Duncan P.; COX, Anna L. “Integrating knowledge of multitasking and interruptions across different perspectives and research methods”, en *International Journal of Human-Computer Studies* (London, University College London) Vol. 79 –julio 2015- págs. 1/5.

<sup>81</sup> FOOT, Greg “¿Por qué hemos perdido cuatro segundos de capacidad de atención en 15 años?”, publicado el 29 de febrero de 2016 en *BBC* ([http://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/02/160229\\_tecnologia\\_concentracion\\_distraccion\\_atencion\\_mz](http://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/02/160229_tecnologia_concentracion_distraccion_atencion_mz))

cuenta la velocidad en la comunicación de información puede hacer desaparecer una dimensión propia del ser humano<sup>82</sup>.” Por eso es que, a fin de cuentas, las publicaciones más “exitosas” en cuanto a “contagio”, son las de contenido emocionalmente negativo<sup>83</sup>. Y por eso es que las noticias falsas encuentran en las redes sociales mucho mejor “mercado” para hacer su metástasis.

De todas maneras este no es el único “daño colateral”. Un estudio publicado en la revista *Computers in Human Behavior* ha mostrado que el uso excesivo de las redes sociales disminuye la capacidad de reconocimiento de la emoción no verbal en los preadolescentes<sup>84</sup>; mientras que un trabajo de la *Royal Society for Public Health* ha mostrado, en un sondeo sobre 1.500 jóvenes de entre 14 y 24 años, que Instagram es la red social que más perjudica la salud mental de los jóvenes, seguida por Snapchat y Facebook, ya que las publicaciones que allí se hacen causa que los jóvenes se comparen con parámetros irreales y que se sientan ansiosos<sup>85</sup>.

Pero ¿por qué nos exponemos a todo esto? Sencillo: porque las redes sociales son adictivas, más adictivas que el alcohol y el tabaco<sup>86</sup>. Lejos de ser neuroquímicamente neutras, las redes sociales son tan exitosas en la fidelización de sus usuarios gracias a la inyección de dopamina que genera su uso<sup>87</sup>.

#### **A modo de conclusión.**

En noviembre de 1947, Winston Churchill manifestó ante la Cámara de los Comunes que la democracia “*es la peor forma de gobierno exceptuando todas las demás*”. A más de 61 años de pronunciada esa afirmación, corremos el serio riesgo de que, si decidimos abandonarnos sin

---

<sup>82</sup> MARTÍNEZ RODRIGO, Estrella; SEGURA GARCÍA, Rosario; SÁNCHEZ MARTÍN, Lourdes “El complejo mundo de la interactividad: emociones y redes sociales” en *Revista Mediterránea de Comunicación* (Alicante, Universidad de Alicante) vol. 2, núm. 1 -2011- págs. 171/190.

<sup>83</sup> Ampliar en SAMPLE, Ian “In a bad mood? Your social networks might be to blame”, publicado el 12 de marzo de 2014 en *The Guardian* (<https://www.theguardian.com/media/2014/mar/12/social-network-bad-mood-friends>)

<sup>84</sup> Los psicólogos del Centro Infantil de Medios Digitales de la UCLA estudiaron a más de cien preadolescentes, hombres y mujeres, que cursaban el sexto año en una escuela elemental pública de California. Sin tomar en cuenta el sexo, los dividieron en dos grupos: 54 continuaron su vida normal y 51 fueron invitados a permanecer juntos, durante cinco días, en el Instituto Pali, un campamento de ciencia y naturaleza cercano a Los Ángeles, que como regla no permite el uso de aparatos electrónicos como teléfonos inteligentes, consolas de videojuegos, computadoras, televisiones y, en general, ninguna pantalla digital. Todos los jóvenes del estudio habían informado que cotidianamente utilizaban los mensajes de texto, la televisión y los videojuegos durante un promedio de cuatro horas y media al día. Antes de comenzar el estudio, y de nuevo al terminarlo, se evaluó la habilidad de ambos grupos de estudiantes para reconocer las emociones humanas en fotografías y videos. Con tal objetivo, les fueron mostradas 48 imágenes de rostros felices, tristes, enojados o asustados, así como videos con representaciones actorales de distintas interacciones, pidiéndoles que identificaran las emociones. A diferencia de los estudiantes que continuaron empleando sus aparatos, el grupo que pasó los cinco días en el campamento mejoró de manera notable su capacidad de leer las emociones faciales, así como otras claves no verbales, con un promedio de 9.41 errores al final del estudio, casi cinco menos que al comenzarlo. En contraste, los resultados de quienes se quedaron en casa se mantuvieron prácticamente sin cambio. Ver UHLS, Yalda T.; MICHIKYAN, Minas; MORRIS, Jordan; GARCIA, Debra; SMALL, Gary W.; ZGOUROU, Eleni; GREENFIELD, Patricia M “Five days at outdoor education camp without screens improves preteen skills with nonverbal emotion cues” en *Computers in Human Behavior* (Elsevier) vol 39 –octubre de 2014- págs. 387/392 (<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563214003227?via%3DIhub>)

<sup>85</sup> AA.VV. 2017 “#StatusOfMind Social media and young people's mental health and wellbeing”, disponible en <https://www.rsph.org.uk/uploads/assets/uploaded/62be270a-a55f-4719-ad668c2ec7a74c2a.pdf>

<sup>86</sup> “Study finds lure of entertainment, work hard for people to resist”, publicación disponible en el sitio de noticias de la Universidad de Chicaco (<https://news.uchicago.edu/article/2012/01/27/study-finds-lure-entertainment-work-hard-people-resist>)

<sup>87</sup> “According to a study of Australian consumers by San Francisco-based media-buying firm RadiumOne, social media usage is a dopamine gold mine. “Every time we post, share, ‘like,’ comment or send an invitation online, we are creating an expectation,” according to the study. “We feel a sense of belonging and advance our concept of self through sharing.” Ver SOAT, Molly “Social Media Triggers a Dopamine High”, publicado en el sitio web de la *American Marketing Association* (<https://www.ama.org/publications/MarketingNews/Pages/feeding-the-addiction.aspx>)

más en los brazos de las redes sociales, el “exceptuando todas las demás” sucumba ante el hábito de Perséfone. Adictos, estupidizados, distraídos, malhumorados... si insistimos en informarnos por medio de las redes sociales, las más que desagradables palabras de Umberto Eco que iniciaron esta reflexión, se mostrarán benevolentes. Está en nosotros evitar que, frente a las urnas y en la cotidianidad, reduzcamos nuestra dimensión de ciudadanos a la de una versión fronteriza con la imbecilidad.

### **Bibliografía**

- AA.VV. 2017 “#StatusOfMind Social media and young people's mental health and wellbeing”, disponible en <https://www.rsph.org.uk/uploads/assets/uploaded/62be270a-a55f-4719-ad668c2ec7a74c2a.pdf>
- ARIAS MALDONADO, Manuel “La digitalización de la conversación pública: redes sociales, afectividad política y democracia” en *Revista de Estudios Políticos* (Madrid, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales) segunda época, núm. 173 –julio/septiembre 2016.
- ARISTÓTELLES, 1994 *Retórica* (Madrid, Gredos)
- ARISTÓTELES, 2003 *Acerca del alma* (Madrid, Gredos)
- ASHCROFT, Michael; OAKESHOTT, Isabel “Drugs, debauchery and the making of an extraordinary Prime Minister: For years rumours have dogged him. Now, the truth about the shockingly decadent Oxford days of the gifted Bullingdon boy”, publicado el 21 de septiembre de 2015 en *Daily Mail* ([http://www.dailymail.co.uk/news/article-3242504/Drugs-debauchery-making-extraordinary-Prime-Minister-years-rumours-dogged-truth-shockingly-decadent-Oxford-days-gifted-Bullingdon-boy.html?ito=social-twitter\\_dailymailUK](http://www.dailymail.co.uk/news/article-3242504/Drugs-debauchery-making-extraordinary-Prime-Minister-years-rumours-dogged-truth-shockingly-decadent-Oxford-days-gifted-Bullingdon-boy.html?ito=social-twitter_dailymailUK))
- BAUDRILLARD, Jean “Videosfera y sujeto fractal” en AA.VV. 1990 *Videoculturas de fin de siglo* (Madrid, Cátedra)
- BAUDRILLARD, Jean 1996 *Pantalla Total* (Barcelona, Anagrama)
- BELLUCCI, Marcelo “Emociones virales: prueban que las redes sociales alteran el humor”, publicado el 30 de agosto de 2016 en *Clarín* ([https://www.clarin.com/sociedad/emociones-virales-prueban-sociales-alteran\\_0\\_HykpGFQo.html](https://www.clarin.com/sociedad/emociones-virales-prueban-sociales-alteran_0_HykpGFQo.html))
- BORGES, Jorge Luis *Obras completas I* (Buenos Aires, Sudamericana)
- BREA, José Luis 2010 *Las tres eras de la imagen. Imagen-materia, film, e-image* (Madrid, Akal)
- CALDEVILLA DOMÍNGUEZ, David “Democracia 2.0: la política se introduce en las redes sociales” en *Pensar la publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias* (Madrid, Universidad Complutense de Madrid) vol. III, núm 2 -2009-
- CAMINOS, Cristian Hugo “El ejercicio de la política como economía de las emociones”, ponencia presentada por ante el Pre Congreso Chaqueño de Ciencia Política (Resistencia, 03 y 04 de abril de 2017). Inédito
- CAMUS, Juan Carlos *Tienes 5 segundos* (libro digital) pág. 61. Descargable en la página web <http://www.tienes5segundos.cl/>
- CARRO MARTÍNEZ, Antonio *La médula del sistema de poder en el estado contemporáneo: la burocracia* en *Revista de Estudios Políticos* (Madrid, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales) primera época, núm 77 de septiembre-diciembre de 1954
- CASERO, Andreu; FERNÁNDEZ BELTRÁN, Francisco; GONZÁLEZ, Sonia -Editores- 2012 *La prensa local ante el reto digital* (Castelló de la Plana, Publicacions de la Universitat Jaume I)
- CASTELLS, Manuel 1997 *La era de la información. Economía, sociedad y cultura* (Madrid, Alianza Editorial) vol I –*La sociedad red*-
- CASTELLS, Manuel 2009 *Comunicación y poder* (Madrid, Alianza)
- CHADWICK, Andrew “Web 2.0: New challenges for the study of E-Democracy in an era of informational exuberance” (Ohio; Moritz College of Law) vol. 5, núm 1 –invierno 2008/2009-

- CHAFFEE, Ian “Real or not? USC study finds many political tweets come from fake accounts”, publicado el 08 de noviembre de 2016 en *USCNews* (<https://news.usc.edu/110565/rigged-usc-study-finds-many-political-tweets-come-from-fake-accounts/>)
- CONFESSORE, Nicholas; DANCE, Gabriel J. X.; HARRIS, Richard; HANSEN, Mark “The Follower Factory”, publicado el 27 de enero de 2018 en *The New York Times* (<https://www.nytimes.com/interactive/2018/01/27/technology/social-media-bots.html?mtrref=undefined>)
- CONFESSORE, Nicholas; DANCE, Gabriel J. X.; HARRIS, Rich “Twitter followers vanish amid inquires into fake accounts”, publicado el 31 de enero de 2018 en *The New York Times* (<https://www.nytimes.com/interactive/2018/01/31/technology/social-media-bots-investigations.html>)
- DAHLGREN, Peter “Mejorar la participación: la democracia y el cambiante entorno de la web” en CHAMPEAU, Serge; INNERARITY, Daniel -Compiladores- 2012 *Internet y el futuro de la democracia* (Madrid, Paidós)
- DAMASIO, Antonio 2011 *El error de Descartes: la razón, la emoción y el cerebro humano* (Barcelona, Crítica)
- DEL FRESNO, Miguel; MARQUÉS, Pilar; PAUNERO, David S. 2014 -Editores- *Conectados por redes sociales. Introducción análisis de redes sociales y caso prácticos* (Barcelona, UOC)
- ECO, Umberto 2017 *Apocalípticos e integrados* (Buenos Aires, Sudamericana)
- ECO, Umberto 2017 *El cementerio de Praga* (Buenos Aires, Sudamericana)
- ECO, Umberto 2017 *El nombre de la rosa* (Buenos Aires, Sudamericana)
- EGEA BAS, Silvia 2017 *Twitter, de red social a medio de comunicación: análisis e influencia en el ámbito empresarial. Caso de estudio: Pullmantur e Iberia, (2011-2014)* (Madrid, Universidad Complutense de Madrid). Tesis doctoral.
- ELOLA, Joseba “Rebelión contra las redes sociales”, publicado el 16 de febrero de 2018 en *El País* ([https://elpais.com/tecnologia/2018/02/16/actualidad/1518803440\\_033920.html](https://elpais.com/tecnologia/2018/02/16/actualidad/1518803440_033920.html))
- FERNHOLZ, Tim “Mark Zuckerberg says fake news no Facebook could not have influenced the 2016 election”, publicado el 13 de noviembre de 2016 en *Quarz* (<https://qz.com/836079/mark-zuckerberg-says-fake-news-on-facebook-could-not-have-influenced-the-2016-election-of-donald-trump/>)
- FLORES, Félix “¿Ayudó Facebook a la victoria de Donald Trump?”, publicado el 15 de noviembre de 2016 en *La Vanguardia* (<http://www.lavanguardia.com/internacional/20161115/411844638270/facebook-victoria-donald-trump.html>)
- FOOT, Greg “¿Por qué hemos perdido cuatro segundos de capacidad de atención en 15 años?”, publicado el 29 de febrero de 2016 en *BBC* ([http://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/02/160229\\_tecnologia\\_concentracion\\_distraccion\\_atencion\\_mz](http://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/02/160229_tecnologia_concentracion_distraccion_atencion_mz))
- GARCÍA, Erika; HEREDIA, Nazareth “Emociones y redes sociales en adolescentes”, en *Revista de Estudios e Investigación en Psicología y Educación* (revista electrónica coeditada por la Universidade da Coruña y la Universidade do Minho) vol. Extr., núm. 13 -2017-. Disponible en <http://revistas.udc.es/index.php/reipe/article/view/reipe.2017.0.13.2131>
- GARCÍA ESTÉVEZ, Noelia 2013 *Presencia de las redes sociales y medios de comunicación: representación y participación periodística en el nuevo contexto social* (Sevilla, Universidad de Sevilla). Tesis doctoral.
- GARCÍA GARCÍA-BESNÉ, María Teresa “Pantalla total: espacio relacional del mundo contemporáneo”, en *Culturales* (Mexicali, Instituto de Investigaciones Culturales/Museo de la Universidad Autónoma de Baja California) vol. VIII, núm 15, enero/junio de 2012
- GARCÍA MARZÁ, Domingo; FEENSTRA, Ramón A. -Editores- 2013 *Ética y neurociencias. La aportación a la política, la economía y la educación* (Castelló de la Plana, Publicacions de la Universitat Jaume I)
- GOTTFRIED, Jeffrey; SHEARER, Elisa “News Use Across Social Media Platforms 2016” (<http://www.journalism.org/2016/05/26/news-use-across-social-media-platforms-2016/>)
- GREEN, Joshua; ISSENBERG, Sasha “Inside the Trump bunker, with days to go” publicado el 27 de octubre de 2016 en *Bloomberg* (<https://www.bloomberg.com/news/articles/2016-10-27/inside-the-trump-bunker-with-12-days-to-go>)
- HABERMAS, Jürgen 1997 *Historia y crítica de la opinión pública* (Barcelona, G. Gilli)



- HALE, Virginia “Revealed: 1,000-Man Mob Attack Police, Set Germany’s Oldest Church Alight on New Year’s Eve”, publicado el 3 de enero de 2017 en *Breitbart news* (<http://www.breitbart.com/london/2017/01/03/dortmund-mob-attack-police-church-alight/>)
- HEGEL, G.W.F. 1975 *Lecciones sobre filosofía de la historia universal* (Madrid, Alianza)
- JANSSEN, Christian P.; GOULD, Sandy J. J.; LI, Simon Y. W.; BRUMBY, Duncan P.; COX, Anna L. “Integrating knowledge of multitasking and interruptions across different perspectives and research methods”, en *International Journal of Human-Computer Studies* (London, University College London) Vol. 79 –julio 2015- págs. 1/5.
- JIMÉNEZ CANO, Rosa “Facebook y Google declaran la guerra a las webs de noticias falsas”, publicado el 15 de noviembre de 2016 en *El País* ([https://elpais.com/internacional/2016/11/15/actualidad/1479201313\\_967124.html?rel=str\\_articulo#1521204942056](https://elpais.com/internacional/2016/11/15/actualidad/1479201313_967124.html?rel=str_articulo#1521204942056))
- JIMÉNEZ CANO, Rosa “Tim Cook, CEO de Apple, muestra su preocupación por el abuso de la tecnología”, publicado el 23 de enero de 2018 en el periódico *El País* ([https://elpais.com/tecnologia/2018/01/23/actualidad/1516666969\\_215422.html](https://elpais.com/tecnologia/2018/01/23/actualidad/1516666969_215422.html))
- LINZ, Juan J. 2009 *Obras escogidas* (Madrid, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales) vol. 3
- LINZ, Juan J; MILEY, Thomas Jeffrey “Algunas reflexiones precautorias y no ortodoxas sobre la democracia hoy”, en *Revista de Estudios Políticos* (Madrid, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales) segunda época, núm. 166 –octubre/diciembre 2014-
- LIPOVETSKY, Guilles; SERROY, Juan 2009 *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna* (Barcelona, Anagrama)
- MANUEL, Conrado; TEJADA, Juan “Redes sociales” en *Boletín de la Sociedad de Estadística e Investigación Operativa* (Madrid, Sociedad de Estadística e Investigación Operativa) vol. 23, núm. 2 –abril 2007-
- MARTINEZ, Peter “Study reveals whopping 48M Twitter accounts are actually bots”, publicado el 10 de marzo de 2017 en *CBS News* (<https://www.cbsnews.com/news/48-million-twitter-accounts-bots-university-of-southern-california-study/?ftag=CNM-00-10aab7e&linkId=35372585>)
- MARTÍNEZ RODRIGO, Estrella; SEGURA GARCÍA, Rosario; SÁNCHEZ MARTÍN, Lourdes “El complejo mundo de la interactividad: emociones y redes sociales” en *Revista Mediterránea de Comunicación* (Alicante, Universidad de Alicante) vol. 2, núm. 1 -2011- págs. 171/190.
- MARX, Karl 2008 *Introducción a la crítica de la economía política (1857)* (Buenos Aires, Luxemburgo)
- MATURANA, Humberto 1997 *Emociones y lenguaje en educación política* (Santiago de Chile, Gránica)
- MCLUHAN, Marshall 1969 *La galaxia Gutemberg* (Madrid, Aguilar)
- MELOSSI, Dario 1992 *El Estado del control social* (México, Fondo de Cultura Económica)
- MILLS, Charles Wright 1987 *La élite del poder* (México, Fondo de Cultura Económica)
- MORENO, Isidro “Genoma digital” en *Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura* (Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona) núm. 27 -2001-
- MOROZOV, Evgeni 2011 *El desengaño de internet* (Barcelona, Destino)
- OPHIR, Eyal; NASS, Clifford; WAGNER, Anthony D. “Cognitive control in media multitaskers” en *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America* (Washington, National Academy of Sciences) vol. 106, núm 37 –septiembre 2009- págs. 15583/15587 (<http://www.pnas.org/content/pnas/106/37/15583.full.pdf>)
- PALADINI, Eduardo “Relato Twitter: Cristina lidera un ranking de seguidores truchos”, publicado el 12 de febrero de 2018 en *Clarín* ([https://www.clarin.com/politica/relato-twitter-cristina-lidera-ranking-seguidores-truchos\\_0\\_H1DlyM1Pf.html](https://www.clarin.com/politica/relato-twitter-cristina-lidera-ranking-seguidores-truchos_0_H1DlyM1Pf.html))
- POLACK, María Elena “Los adolescentes sólo leen en papel textos escolares”, publicado el 27 de septiembre de 2017 en *La Nación* (<https://www.lanacion.com.ar/2066828-los-adolescentes-solo-leen-en-papel-textos-escolares>)
- POSTER, Mark 1995 *The second media age* (Cambridge, Polity).
- PUY, Francisco 2006 *Jurídica tónica* (México, Porrúa)
- RAWLS, John 1995 *Liberalismo político* (México D.F., Fondo de Cultura Económica)

- RISSE FERRAND, Martín “Los derechos humanos como concepto mítico” en *Anuario de Derecho Constitucional Latinoamericano 2008* (Montevideo, Konrad Adenauer Stiftung)
- ROY, Mathieu; PICHÉ, Mathieu; CHEN, Jen-I.; PERETZ, Isabelle; RAINVILLE, Pierre “Cerebral and spinal modulation of pain by emotions”, en *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America* (Washington, National Academy of Sciences) vol. 106, núm. 49 –diciembre de 2009- págs. 20900/20905. Disponible en <http://www.pnas.org/content/pnas/106/49/20900.full.pdf>
- RUIZ BLANCO, Sonia 2009 *Del blog al microblog: el devenir del receptor en generador y emisor de contenidos en la web 2.0* (Málaga, Universidad de Málaga). Tesis doctoral
- SAMPLE, Ian “In a bad mood? Your social networks might be to blame”, publicado el 12 de marzo de 2014 en *The Guardian* (<https://www.theguardian.com/media/2014/mar/12/social-network-bad-mood-friends>)
- SARTORI, Giovanni 1998 *Homo videns. La sociedad teledirigida* (Argentina, Taurus)
- SASSEN, Saskia 2011 *Nuevas geopolíticas* (Barcelona, Breus CCCB)
- SAUL, Heather “Politicians react to claims in Lord Ashcroft's book that David Cameron put his genitals in dead pig's mouth”, publicado el 21 de septiembre de 2015 en *The Independent* (<http://www.independent.co.uk/news/people/politicians-react-to-claims-in-lord-ashcrofts-book-that-david-cameron-put-his-genitals-in-dead-pigs-10510650.html>)
- SCHREUDER, Catrien 2010 *Pixels and places* (Amsterdam, Publishers)
- SOAT, Molly “Social Media Triggers a Dopamine High”, publicado en el sitio web de la *American Marketing Association* (<https://www.ama.org/publications/MarketingNews/Pages/feeding-the-addiction.aspx>)
- SPARROW, Andrew Sturgeon says Cameron allegations have 'entertained the whole country' - Politics live”, publicado el 21 de septiembre de 2015 en *The Guardian* (<https://www.theguardian.com/politics/blog/live/2015/sep/21/cameron-hit-by-student-drugs-and-debauchery-allegations-in-ashcroft-biography-politics-live#block-55ffe013e4b00e7fa159817c>)
- TOMÉ, Pepe 2011 *Conecta!* (Barcelona, Libros de Cabecera)
- UHLS, Yalda T.; MICHIKYAN, Minas; MORRIS, Jordan; GARCIA, Debra; SMALL, Gary W.; ZGOUROU, Eleni; GREENFIELD, Patricia M “Five days at outdoor education camp without screens improves preteen skills with nonverbal emotion cues” en *Computers in Human Behavior* (Elsevier) vol 39 –octubre de 2014- págs. 387/392 (<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563214003227?via%3Dihub>)
- VAROL, Onur; FERRARA, Emilio; DAVIS, Clayton A.; MENCZER, Filippo; FLAMMINI, Alesandro “Online Human-Bot Interactions: Detection, Estimation, and Characterization”, presentado en the 11th International AAI Conference on Web and Social Media (ICWSM-17). Disponible en <https://aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM17/paper/view/15587/14817>
- VENDREL FERRÁN, Íngrid “Teorías analíticas de las emociones: el debate actual y sus precedentes históricos” en *Contrastes. Revista Internacional de Filosofía* (Málaga, Departamento de Filosofía de la Universidad de Málaga) vol. XIV, año 2009
- VINER, Katharine “How technology disrupted the truth”, publicado el 12 de julio de 2016 en *The Guardian* (<https://www.theguardian.com/media/2016/jul/12/how-technology-disrupted-the-truth>)
- WAQCANT, Loïc 2004 *Las cárceles de la miseria* (Buenos Aires, Manantial)
- WINSTEAD, Ed “Faked: The Headquarters. The Followers. The Influence?”, publicado el 27 de enero por *The New York Times* (<https://www.nytimes.com/2018/01/27/insider/twitter-buy-followers-bots-investigation-devumi.html>)