

---

## **Democracia Digital: el nuevo poder inaprensivo**

Máriam M. Bascuñán  
16 agosto, 2018



A medida que pasa el tiempo, más conscientes somos de la compleja relación entre Internet y Democracia. Y aunque esto pudiera parecer una obviedad, lo cierto es que nos ha costado verlo. Habría que retrotraerse a aquel intempestivo 6 de junio de 2013, cuando el diario británico *The Guardian* se hizo eco de las revelaciones de Edward Snowden, el extécnico de la CIA que trabajó como consultor para la Agencia Nacional de Seguridad de Estados Unidos, desencadenando una convulsión global. Fue cuando perdimos la inocencia: pedir resguardo al Leviatán que controlaba nuestras vidas digitales, dijo Ulrich Beck, era como «poner al lobo a guardar las ovejas». Ese monstruo al que pedíamos la protección de los derechos individuales había extendido su poder de control con una profundidad y amplitud difíciles de captar hasta entonces. Vamos viendo ahora de qué manera la privacidad muere o, al menos, la conciencia sobre el valor de la misma. Crecientemente colonizados, hemos convertido nuestras vidas en una mercancía para el consumo público.

El segundo acto se produjo con el escándalo de Facebook, el gigante tecnológico de Mark Zuckerberg que permitió el acceso no autorizado a más de ochenta y siete millones de cuentas de la red social por parte de Cambridge Analytica. También permanecerá en nuestra memoria el día que el *millennial* más poderoso del planeta compareció ante el Congreso de Estados Unidos con cara de desconcierto ante las preguntas afiladas del Senador Durbin: «¿Le importaría compartir el nombre del hotel en el que se hospedó anoche?», exclamó el viejo senador. «Probablemente elegiría no hacer eso en público», contestó Zuckerberg. La réplica de Durbin era de esperar: «Creo que de eso trata todo esto. Su derecho a la privacidad, los límites de su derecho a la privacidad y cuánto regala [Facebook] de esa información bajo la premisa de “conectar a las personas en todo el mundo”».

Se supo, además, que Cambridge Analytica había trabajado para la campaña electoral de Donald

Trump y del Brexit. La tormenta internacional se intensificó cuando el redimido Christopher Wylie, un extrabajador de la empresa, afirmó sin rodeos que el Brexit no se habría producido sin la intervención de esa consultora: «Es importante porque el referéndum se ganó por menos del 2% de los votos y se gastó mucho dinero en publicidad a medida, basada en datos personales. Esa cantidad de dinero te compraría miles de millones de impresiones. Si te diriges a un grupo pequeño, podría ser definitivo».

¿Alguien tiene aún dudas sobre la vinculación de estos fenómenos con la democracia y los riesgos que comportan para la misma? A su vez, esta conexión nos devuelve al más viejo de los temas de la teoría política: el poder. Si es cierto que no hay ningún espacio purificado de poder, las plataformas y redes digitales lo están aún menos. Después del escándalo de Facebook, la prestigiosa revista *The Economist* se apresuró a afirmar que lo que estaba en juego era algo mucho más profundo que la confianza de los usuarios en el imperio de Zuckerberg. En sus páginas se cuestionaba un modelo empresarial basado en la concentración del poder que ostentaba ese joven, el niño avezado de Harvard, y lo poco proclive que le hacía a recibir críticas este patrón de negocio. Si es verdad, como viene demostrándose, que quien controla la información controla el mundo; si es cierto, como se afirma, que «los datos» son el petróleo del siglo XXI; si en la Era del Big Data todo está cuantificado de forma que, como dice Wendy Brown, «jamás el orden global estuvo tan saciado de poder humano», entonces la pregunta que nos plantea este semidiós con aspecto de robot llamado Mark Zuckerberg es ya ineludible: ¿Quién controla a los controladores?»

## ¿Acaso la relación entre verdad, mentira y política no es tan antigua como la política misma?

Con el escándalo de Facebook, la versión 2.0 de la distopía *1984*, de George Orwell, y su policía del pensamiento parece factible. Hay que volver a recordar que este libro se pensó sobre todo como un alegato a favor de las libertades y de la autonomía individual. Pero el excéntrico Christopher Wylie nos reveló hasta qué punto es posible un «perfilado psicológico utilizando datos sociales» para «perfilar a la gente y explotar esa información». No se condice esto con los presupuestos que presidieron la constitución de la democracia.

Como en *Matrix*, nos encontramos en un momento en el que un algoritmo es capaz de crear una realidad a medida para alguien porque su perfil psicológico está mostrándote que es susceptible de entrar en teorías conspiratorias y dejarse arrastrar por un vendaval de noticias falsas. Y ahí es donde llegamos a la pregunta que recientemente se hacía Byung-Chul Han: «¿El algoritmo hará ahora al hombre?». Pero también nos obliga a plantearnos, por ejemplo, cómo influirá en los sistemas democráticos: ¿qué cambios estructurales en nuestra forma de organización política y social están produciéndose? ¿Cómo están afectando tales cambios a la formación de la opinión pública o a la vieja distinción entre la esfera pública y privada? Y más aún: ¿tiene esto algo que ver con la llamada *Era de la Posverdad*? ¿Acaso la relación entre verdad, mentira y política no es tan antigua como la política misma?

### **La difícil relación entre Democracia y Verdad. La Era de la Posverdad**

En realidad, «la lucha contra la mentira es un combate lleno de ambigüedad», como sostuvo Rafael

del Águila. Ocultar deliberadamente o falsear hechos no es algo distintivo de nuestra época; su uso es tan antiguo como los *arcana imperii*, concebidos desde Maquiavelo como medios legítimos de ocultación de la «verdad» con un fin político. Si existe un dominio en el que la defensa de una única verdad es más delicada, ese es, precisamente, la política, pues ninguna solución o respuesta en este campo puede abrirse paso en el mundo sin dilemas, sin contradicciones, sin tener que atender no sólo a la pluralidad de puntos de vista, sino también de intereses. Este pensamiento dilemático al que obliga el juicio político va desapareciendo progresivamente en la era de Internet, porque el «Yo puedo», dice Zygmunt Bauman, se ha transformado en un «Yo debo»: si no estás presente en las redes sociales, no existes. Aquí no caben dilemas: «Vivimos en una realidad de posibilidades, no de dilemas». Y el ejemplo más paradigmático de ello, afirma el sociólogo, quizás sea el de WikiLeaks. Si la tecnología te ofrece la posibilidad de filtrar o de espiar, entonces hay que hacerlo, aunque no esté claro el fin ético que se persigue. Simplemente se efectúa porque tecnológicamente es factible. Este vacío moral es el que va colmando el uso de las redes; desde los ataques despiadados perpetrados en las plataformas sociales y sus famosas *shitstorms* a ese arrebatador deseo por mostrar nuestra vida privada<sup>1</sup>.

Lo que ha venido tras la crítica posmoderna de la razón, fundamentada en muchos aspectos, y menos hostil de los que se supone al concepto de verdad<sup>2</sup>, ha sido, como nos cuenta Fernando Vallespín, un puro enmarque, la construcción de relatos que encajaran con la visión de las cosas que los dirigentes de turno querían imponer. La teoría de la comunicación y del poder que inauguraron autores como George Lakoff o el propio Manuel Castells en *Comunicación y poder* empezaron a dar cuenta de la importancia de la dimensión comunicativa en la invectiva política: a partir de entonces se tomó conciencia de que los medios de comunicación no son el cuarto poder, sino que «constituyen el espacio donde se crea el poder».

Hay un momento, por tanto, en el que el debate sobre la verdad y la mentira desaparece para devenir en pura estrategia comunicativa. El libro *La mentira os hará libres*, de Fernando Vallespín, apareció cuando tuvimos que soportar mentiras ominosas de gobiernos como el de José María Aznar tras los atentados del 11 de marzo y la supuesta autoría «intelectual» de ETA; o las famosas armas de destrucción masiva que llevaron a George Bush, uno de los integrantes del famoso trío de las Azores, a declarar la guerra contra Irak, y, sin embargo, finalmente se demostró que no existían tales armas. Según Vallespín, habíamos llegado a padecer una lógica comunicativa que dispensaba a los políticos de mentir, pues la clave de su éxito residía en imponer en el espacio público un relato dentro de una guerra de representaciones alternativas.

Tal idea habría que completarla hoy con esa otra afirmación de Rafael del Águila cuando sostenía que, si en algún tiempo la fe consistió en creer sin ver, en estos momentos «la fe consiste en ver algo e igualmente no creerlo». Esto es lo que muestra, por ejemplo, Lee McIntyre en *Post-Truth*: a pesar de las evidencias científicas, un tercio de estadounidenses no cree en el cambio climático. No importa que los hechos sean incuestionables. Eso mismo sugiere el episodio de las famosas fotografías de la toma de posesión de Donald Trump. Es tal vez ahí es donde arranca oficialmente la Era de la Posverdad: sólo vemos lo que encaja con nuestros sentimientos. Matthew D'Ancona, en *Post-Truth. The New War on Truth and How to Fight Back*, describe la forma en la que la decadencia del valor de la verdad en la sociedad se va aceptando y acomodando, y en qué sentido el relativismo comienza a

afirmarse como un escepticismo legítimo (p. 2). El punto de inflexión para hablar de posverdad lo marcaría precisamente este elemento: no tanto las mentiras de los dirigentes, que siempre han existido y existirán, como la respuesta de la ciudadanía ante la misma, esto es, una forma de ejercer el juicio político en la que se concede un mayor peso a las emociones, a nuestras creencias previas, antes que a los hechos. En dicho sentido, dice James Ball en su libro *Post-Truth. How Bullshit Conquered the World* que un elemento central para impulsar la decadencia de la verdad como valor en el ámbito público sería la existencia de una infraestructura política y mediática dirigida a tal fin. Por eso, este periodista de *The Guardian*, que reveló el espionaje masivo de la Agencia Nacional de Seguridad, nos habla de los *Fake Media* (pp. 127-145).



Todo esto está anticipado, en cierto modo, en la distopía de Orwell cuando, en una conversación sobre las falsificaciones del régimen que mantienen sus dos protagonistas, Winston y Julia, el primero va descubriendo perplejo cómo ella acepta las mentiras del sistema: «En cierto sentido, la visión del mundo que tenía el Partido se imponía con éxito a gente incapaz de entenderla. Se les podía convencer de que aceptaran las más flagrantes violaciones de la realidad, porque nunca llegaban a entender del todo la enormidad de lo que se les pedía, y no estaban lo bastante interesados en los acontecimientos públicos para reparar en lo que ocurría»<sup>3</sup>.

Tal y como cuenta Orwell, lo que va sucediendo en el nuevo régimen es que se instala progresivamente una nueva autoridad que implanta su propia «verdad». La posverdad sería así una manera de deslegitimar a los viejos garantes de la verdad, más que una simple forma de ir introduciendo un aluvión de mentiras en el espacio público. Por eso Diana Popescu afirma con razón: «Debemos reconocer el hecho de que cuando las autoridades cambian, el mundo cambia, y las

diferencias no son hechos aislados que puedan fácilmente ser escardados».

En el caso de la famosa toma de posesión como presidente de Donald Trump, y a pesar de que existían fotografías que mostraban a las claras que su ceremonia había sido muchísimo menos concurrida que la de su antecesor, Barack Obama, lo que contaba aquí para sus feligreses era que la evidencia fotográfica fue mostrada por el «entorno mediático liberal». Una simple imagen era algo anecdótico en comparación con la «contaminada fuente» de donde procedía, porque lo que se ha deslegitimado ahora es todo un sistema de acceso al mundo y los tradicionales guardianes que nos lo mostraban, esto es, su autoridad. Por eso «la famosa grieta de la credibilidad [...] se ha transformado de repente en un abismo»<sup>4</sup>. Estamos en ese lugar en el que, con Hannah Arendt, «Lo que convence a las masas no son los hechos, ni siquiera los hechos inventados, sino sólo la consistencia del sistema del que son presumiblemente parte»<sup>5</sup>. Y en esa línea afirma Diana Popescu: «Cuando cambian las autoridades, el mundo cambia»; el nervio que se toca va más allá de un puñado de hechos falsos que comienzan a circular por el mundo. Si la ciudadanía deja de «creer» o de depositar su confianza en el emisor tradicional de las noticias es porque ya no le otorga esa autoridad; entonces lo que sucede es que comenzamos a corroborar los hechos desde dentro de la tribu a la que pertenecemos, dando paso a una suerte de «epistemología tribal»; y si el líder de la misma señala que una noticia es un *fake*, simplemente lo aceptamos como verdad. Sucede, por tanto, que confiamos más en el líder de la tribu que en los medios tradicionales de opinión e información.

Las *fake news*, dice el *public speaker* Andreas M. Antonopoulos y autor de *Mastering Bitcoin. Programming the Open Blockchain*, ocurrieron porque la base misma para producir la verdad fue removida de las instituciones que tenían que producirla. El excéntrico conferenciante establece un paralelismo muy revelador que ayuda a entender la emergencia misma del *bitcoin*. Con las noticias, los ciudadanos teníamos una heurística que nos ayudaba a discernir entre verdad y ficción; de igual manera, si los gobiernos democráticos nos decían que la economía tiene un valor determinado, no necesitábamos evaluar cada billete que llegaba a nuestro bolsillo. Simplemente confiábamos en lo que los gobiernos nos decían: «Confiamos en que el dinero vale lo que se dice... A no ser que seas griego, o venezolano, o de Argentina». Las monedas, en fin, tienen valor en la medida en que nosotros se lo atribuimos, confiando en la autoridad que las emite. El *bitcoin*, al no estar «pensado para reemplazar a las divisas nacionales, sino para poner a las monedas fuera del propio sistema», crea un sistema alternativo y rompe el esquema antes vigente.

En realidad, lo que esta explicación sugiere es que el *fact checking*, en el fondo, no sirve de mucho. El problema de la posverdad es más profundo: la verdad no se nos haría propicia gracias a un cuidadoso cotejo de datos y realidad. ¿Todo en orden? Según... No deja de ser escalofriante, volviendo al episodio de Donald Trump, que las imágenes tomadas desde el National Mall, la avenida que une al Congreso con la Casa Blanca, dejaran ver nítidamente que la afluencia de público fue mucho menor en comparación con los cerca de 1,8 millones de personas que consiguió convocar Barack Obama. El hecho descarnado era ese: el número de asistentes congregado por Trump fue más escaso. Poco después se realizó una interesante prueba. Se pidió a un grupo de personas que dijeran en qué foto veían a más gente; la fotografía A mostraba la de la toma de posesión de Trump, mientras que la foto B capturaba la de Obama. Pues bien, el 15% de votantes de Trump señaló que había más gente en la foto A. ¿Disonancia cognitiva? ¿O estábamos ante un efecto visual espectacular? Obviamente, aquí no

fue tan importante el engaño como su variante más peligrosa, el autoengaño: aquel en el que la distinción entre verdad y mentira deja de funcionar porque directamente te instalas en ese mundo ficticio que te conviene, que se ajusta a tu prejuicio. Y es que, a veces, lo que uno quiere creer es más importante que lo que puede ser probado. Por eso con frecuencia la mentira es más verosímil que la verdad, «más atractiva para la razón que la realidad, porque quien miente tiene la gran ventaja de conocer de antemano lo que su audiencia desea o espera oír»<sup>6</sup>.

En esta línea, un estudio basado en Facebook, nos cuenta Cass Sunstein, confirmaba que la tendencia de las personas es la de buscar información que confirme sus creencias, no que las refute. Quizá por ello Trump no tuvo ningún empacho en afirmar, al día siguiente de su toma de posesión, que lo que él había «visto» era un millón y medio de personas. Esas fotografías y noticias que lo desmentían eran *fake news*.

### **Las *fake news*: el nuevo opio del pueblo**

*Fake news* es el término que hemos adoptado para hablar de desinformación. Por tanto, *fake news* hace referencia a un mecanismo de acceso a la realidad que se ha convertido en mayoritario y que es rehén de un negocio digital. Las plataformas sociales en red, verdaderos imperios modernos, han devenido en los nuevos «intermediarios de la desintermediación», como afirma Fernando Vallespín. Las redes sociales representan el coladero perfecto para la propaganda política gracias a cámaras de eco selladas por algoritmos. Se sabe que los algoritmos de Facebook están diseñados para captar la atención y procurar que pases el mayor tiempo posible dentro de la plataforma: por eso muestran cosas que se sabe de antemano que te gustarán o que son susceptibles de viralizarse utilizándote a ti como canal transmisor. Si esto es así, «¿cómo podemos esperar sinceridad cuando las compañías dicen tomar medidas que podrían dañar su propio negocio?», se preguntan los creadores de dominios públicos. Es normal: a pesar del enternecedor compromiso con la verdad de Mark Zuckerberg, él es consciente de que cuantos más clics, más dinero, algo que ha quedado perfectamente demostrado tras el escándalo de Cambridge Analytica.

Ya autores como Ulrich Beck habían alertado sobre el «riesgo» para la libertad que implicaba el acceso gratuito de estos gigantes tecnológicos, e incluso del propio Estado, a nuestros datos. Por eso, también *A Cypherpunk's Manifesto* señalaba en los años noventa: «Cuando le pido a mi proveedor de correo electrónico la capacidad de recibir y enviar mensajes, mi proveedor no tiene por qué saber con quién hablo, qué digo o qué me dicen. Mi proveedor sólo tiene que saber dónde obtener el mensaje y cuánto le debo. Cuando se revela mi identidad debido al mecanismo de la transacción, no tengo privacidad. No puedo, por tanto, revelarme selectivamente; estoy obligado a revelarme siempre».

### [A pesar del enternecedor compromiso con la verdad de Mark Zuckerberg, él es consciente de que cuantos más clics, más dinero](#)

Hoy en día, la práctica totalidad de los gigantes tecnológicos no hacen esto. Tampoco las grandes plataformas tecnológicas como Facebook o Twitter, con capacidad para centralizar ese poder. Un gran porcentaje de la población está ahí y además sabemos, por ejemplo, que sólo en Estados Unidos, el 62% de los adultos consumen noticias que proceden de las redes sociales. Un estudio realizado por

el Oxford Internet Institute, de la Universidad de Oxford, demuestra que un número creciente de ciudadanos utiliza Facebook y Twitter como fuente de información en Estados Unidos, y que por esa vía comparte cada vez más una gran cantidad de noticias sensacionalistas, conspiranoicas, *fake news* y otras formas de noticias basura. Además, la distribución de las mismas en relación con el espectro ideológico es bastante desigual: Twitter es la red social que prefieren los simpatizantes de Donald Trump para compartir la basura informativa en una cantidad más amplia que todos los demás grupos ideológicos juntos. Por eso, estas plataformas se han convertido en medios centrales para la circulación de propaganda en las campañas políticas: después de las últimas elecciones presidenciales, Twitter constató que más de cincuenta mil cuentas automáticas estaban vinculadas a Rusia, y Facebook reveló que determinados contenidos procedentes de la Agencia de Investigación de Internet de Rusia habían llegado a 126 millones de ciudadanos estadounidenses antes de la elección presidencial de 2016.

Pero, aunque yo esté citando este estudio de la Universidad de Oxford, probablemente usted no me crea; dirá que exagero, o que el papel tradicional que desempeñaban los científicos y expertos ya no es el que era. Al fin y al cabo, aquello de «disparar al experto» se ha convertido en otro de los sinsos de nuestra época; el puro desprecio con que se contempla a aquellos que articulan sus discursos cargados de datos o de argumentación racional sólo despiertan indiferencia o repulsa, con lo que pasan a engrosar la lista de tradicionales intermediarios que, como los medios de comunicación o los partidos políticos, han sufrido una pérdida de *auctoritas* respecto de su antigua posición de dominio o poder. Y esta es otra de las claves para comprender lo que ocurre hoy y cómo afecta a la calidad misma de las democracias en términos de libertad de expresión, de conversación pública, de polarización del espacio público o la colonización de la dimensión liberal de nuestras democracias por la lógica de construcción política populista.

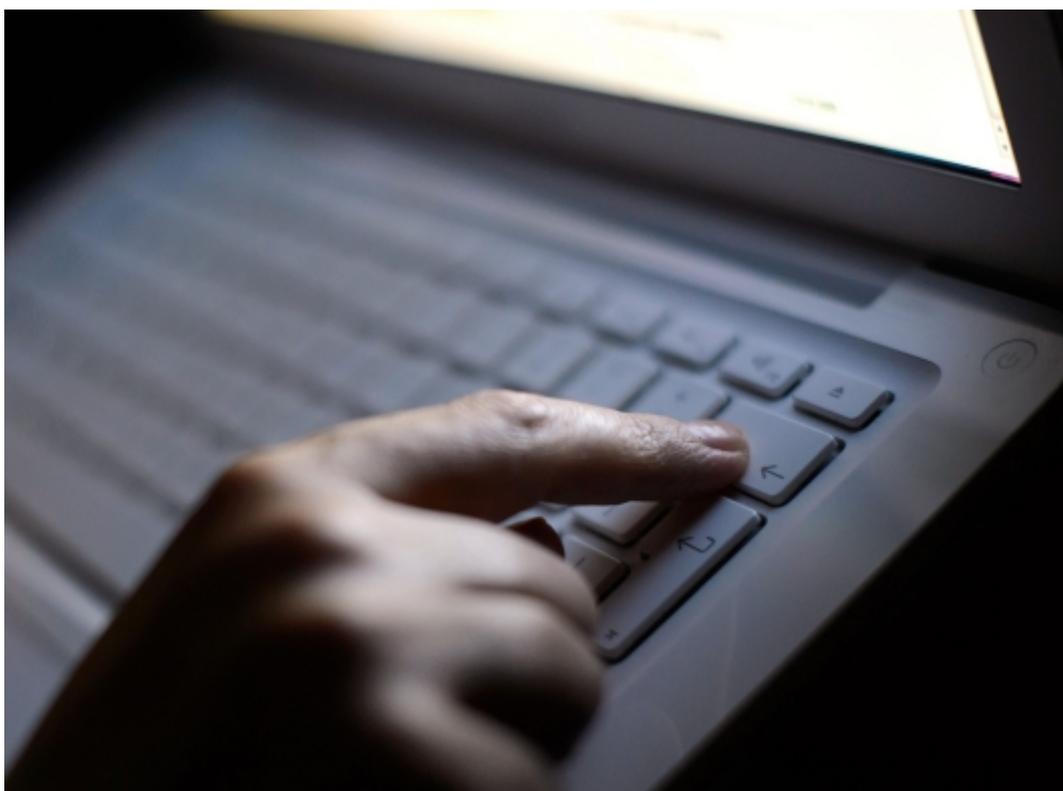
### **Digitalización del espacio público: el peligro para la democracia**

En todos estos factores, especialmente el de la libertad de expresión, se centra Cass R. Sunstein en su libro *#republic* para explicarnos de qué manera Internet está provocando la fragmentación política del espacio público, su polarización y la emergencia de posiciones cada vez más extremistas. Uno de los mejores ejemplos para abordar esta cuestión es la aparición de las llamadas «cibercascadas» y su poder para «organizar nuestra cultura e incluso nuestras vidas» (pp. 98 y ss.). La idea es mostrar hasta qué punto Internet es clave para la movilización y para ocasionar «turbulencias políticas».

Precisamente *Political Turbulence* es el título que recibe una sugerente obra realizada por Helen Margetts, Peter John, Scott Hale y Taha Yasseri, un conjunto de investigadores del Oxford Internet Institute que cuentan cómo informaciones o formas de participación política pueden acabar involucrando exponencialmente a los participantes. El factor explicativo reside en que estos tienen la opción de ver en tiempo real lo que hacen otros: los usuarios toman conciencia de ello y van multiplicándose las interacciones o cadenas de reacciones. Cuando estás dentro de la cascada, tú no tienes información directa sobre aquello que circula; simplemente te limitas a confiar en el alineamiento o las acciones de otros. El proceso es muy interesante porque al final nos encontramos con que miles de personas se pronuncian sobre algo con un mínimo esfuerzo (*tiny acts*), o participan en una acción común. Y, sin embargo, la percepción de cada persona es que ha tomado una decisión individual independiente, a pesar de que el resultado es el de la generación de una manada. Este es

el mecanismo que permite a Cass R. Sunstein hablar del interesante fenómeno de las «cascadas reputacionales». Aquí la gente sabe lo que está bien o mal, tiene un juicio particular, pero decide sumarse al ejambre para mantener la buena opinión que otros tienen de ellos: «Incluso la gente más segura cede ante esta presión, silenciándose ellos mismos a lo largo de este proceso en el que se forma la cascada» (p. 101). Estaríamos ante un ejemplo de poscensura, como fenómeno de la posverdad, según la define Manuel Arias Maldonado, porque se produce «la restricción no reglada de la libertad de expresión que [...] limita de facto la libertad de palabra y convierte las redes sociales en el imperio del exaltado».

La construcción de estas cascadas es posible gracias a la lógica del enjambre dentro del mundo digital, favorecidos por la aparición de los llamados *Daily Me*, donde cada cual establece sus páginas de consumo, sus menús de noticias y de opinión «autofiltrados». Desaparece así la posibilidad de encontrarte con información aleatoria, esto es, aquella que no hayas seleccionado previamente o que no esté dirigida por ningún algoritmo. Este es uno de los elementos centrales que desafían la arquitectura de la libertad de expresión en nuestros días, pues, tal y como señala Cass R. Sunstein, aquella implica algo más que la mera ausencia de censura. Para fortalecer su geografía es preciso que exista esa opción: la de un espacio público en el que los ciudadanos encuentren noticias que no han sido elegidas de antemano. De lo contrario, la esfera de lo común desaparece y, con ella, el espacio compartido que hace posible la conversación pública.



La ruptura de esa conversación pública está vinculada con la aparición de las famosas «cámaras de eco» o burbujas cognitivas; mediante ellas limitamos las relaciones a las personas alineadas con nuestras creencias, intereses, visiones del mundo o ideas políticas, incrementando el tribalismo moral

en ese ámbito público deliberativo. Al aislarnos en tribus digitales se produce un alejamiento respecto de la dimensión pública, como si dejáramos de encontrarnos, tal como nos sucede al pasear por la calle o por un parque, a diferentes personas en toda su variedad. Y aquí es inevitable pensar, con Jürgen Habermas<sup>7</sup>, que lo que está provocando Internet es la fragmentación progresiva del espacio público, su «desorganización» en la pluralidad de esferas públicas emergentes donde la segmentación rompe con el imaginario de lo público que teníamos hasta ahora. Se quiebra así el sentido de lo que nos es común, de aquello que nos une dentro de un horizonte de comprensión históricamente delimitado. Al saltar fuera de esa zona común de comprensión es cuando pensamos, como advertía Richard Rorty, que quizá no tenga sentido argumentar y discutir con quien no piensa como nosotros.

Cass Sunstein muestra en su libro evidencia empírica según la cual puede verse cómo la participación en nichos disjuntos acaba moviendo a los usuarios a posiciones cada vez más extremas respecto de su planteamiento inicial (pp. 68 y ss.). Y aquí debemos volver a la idea de cascadas reputacionales: el deseo de agradar, de verse representados favorablemente respecto a los demás o reconocidos por otros nos disuade de mostrar nuestros verdaderos argumentos, de discernir o de pensar en otras razones, de manera que no sólo acabamos reforzando nuestros prejuicios, sino que terminamos por radicalizarnos. Los experimentos desarrollados en Facebook, sostiene el autor, confirman que la información que consumimos sirve para crear comunidades digitales, y estas se refuerzan recurriendo a *frames* emocionales. En este sentido, la eficacia de las noticias es doble: no sólo afectan a nuestra forma de pensar: también lo hacen a nuestra manera de sentir, que es, en definitiva, la mejor argamasa para crear identidad de grupo. En esa línea, Oliver Nachtwey habla de las cámaras de eco como mecanismos que «refuerzan el resentimiento»<sup>8</sup> y propician *democracias sentimentales* de nuevo cuño.

Conviene llamar la atención, sin embargo, sobre la posibilidad de que esta perspectiva sea un tanto pesimista y muestre tan solo un lado, ciertamente desalentador, del impacto de las nuevas tecnologías en la democracia. Es obvio que la digitalización del espacio público, en términos de calidad democrática, constituye un fenómeno ambivalente. Lo más importante es que no perdamos de vista los cambios que están produciéndose y sepamos valorarlos adecuadamente. También que cobremos conciencia de que somos analfabetos tecnológicos, que «no creamos código», y que, por tanto, el uso que hacemos de Internet es demasiado superficial para entender todo lo que hay detrás. Esta constituye tal vez una de las principales brechas de nuestro tiempo. Y a lo mejor, para afrontarla, lo decisivo no sea tanto el *fact checking* como recurrir y cuidar de una de las armas más viejas que tiene el ser humano: su reflexividad, esto es, su capacidad para indagar y pensar autónomamente sobre todos estos fenómenos.

### **Bibliografía citada**

Andreas M. Antonopoulos, *Mastering Bitcoin. Programming the Open Blockchain*, Sebastopol, O'Reilly Media, 2017.

Hannah Arendt, *Los orígenes del totalitarismo*, trad. de Guillermo Solana, Madrid, Alianza, 2009.

Hannah Arendt, *Verdad y mentira en política*, trad. de Roberto Ramos, Barcelona, Página Indómita, 2016.

James Ball, *Post-Truth. How Bullshit Conquered the World*, Londres, Biteback Publishing, 2017.

Zygmunt Bauman, *Ceguera moral. La pérdida de sensibilidad en la modernidad líquida*, trad. de Antonio Francisco Rodríguez Esteban, Barcelona, Paidós, 2015.

Manuel Castells, *Comunicación y poder*, Madrid, Alianza, 2012.

Matthew D'Ancona, *Post-Truth. The New War on Truth and How to Fight Back*, Londres, Ebury Press, 2017.

Helen Margetts, Peter John, Scott Hale y Taha Yasseri, *Political Turbulence. How Social Media Shape Collective Action*, Princeton, Princeton University Press, 2015.

Lee McIntyre, *Post Truth*, Cambridge, The MIT Press, 2018.

Cass Sunstein, *#republic. Divided Democracy in the Age of Social Media*, Princeton, Princeton University Press, 2017.

Fernando Vallespín, *La mentira os hará libres. Realidad y ficción en la democracia*, Barcelona, Galaxia Gutenberg, 2012.

**Máriam M. Bascuñán** es profesora de Ciencia Política en la Universidad Autónoma de Madrid. Es autora de *Género, emancipación y diferencia(s). La teoría política de Iris Marion Young* (Madrid, Plaza y Valdés, 2012) y, con Fernando Vallespín, *Populismos* (Madrid, Alianza, 2017).

---

<sup>1</sup>. Zygmunt Bauman, *Ceguera moral. La pérdida de sensibilidad en la modernidad líquida*, trad. de Antonio Francisco Rodríguez Esteban, Barcelona, Paidós, 2015p. 15.

<sup>2</sup>. Bernard Williams nos muestra, por ejemplo, de qué manera el propio Nietzsche, autor del *dictum* «no existen los hechos, sino sólo interpretaciones de los hechos», cuando pretende desenmascarar un sistema de poder para describir un engaño, lo que en el fondo pone de manifiesto es el valor mismo de la verdad. Aquello que comparte la posmodernidad con la herencia ilustrada es que no existe un desprecio hacia la verdad; unos sostuvieron la existencia de un punto arquimédico, mientras que otros hicieron pedazos un mundo en el que todo se limita a la gama de interpretaciones y la construcción de lo real a través del lenguaje. Pero, aun así, el código verdad/mentira funcionaba para acceder al conocimiento del mundo, para entenderlo y formular un juicio a partir de él. Véase Bernard Williams, *Verdad y veracidad*, trad. de Alberto Enrique Álvarez y Rocío Orsi, Barcelona, Tusquets, 2006, p. 24.

<sup>3</sup>. George Orwell, *1984*, trad. de Miguel Temprano, Barcelona, Debolsillo, 2014, p. 168.

<sup>4</sup>. Hannah Arendt, *Verdad y mentira en política*, trad. de Roberto Ramos, Barcelona, Página Indómita, 2016, p. 86.

<sup>5</sup>. Hannah Arendt, *Los orígenes del totalitarismo*, trad. de Guillermo Solana, Madrid, Alianza, 2009, p. 497.

6. Hannah Arendt, *Verdad y mentira en política*, p. 90.

7. Jürgen Habermas, *¡Ay, Europa!*, trad. de José Luis López de Lizaga, Pedro Madrigal y Francisco Javier Gil Martín, Madrid, Trotta, 2009.

8. Oliver Nachtwey, «Descivilización. Tendencias regresivas en las sociedades occidentales», en VV.AA., *El gran retroceso*, trad. de Javier Calvo, Claudia Conde, Íñigo F. Lomana, María José Díez Pérez y Adolfo García Ortega, Barcelona, Seix Barral, 2017, pp. 240-266.