



Universidad de Valladolid

Facultad de Derecho

Grado en Derecho

Marketing político y desinformación

Presentado por:

Teresa Mateu Sánchez

Tutelado por:

Enrique Marcano Buenaga

Valladolid, 4 de Septiembre de 2021

Resumen

Las nuevas técnicas de microsegmentación permiten el perfilado político de la ciudadanía a través de sus redes sociales. Se investiga el acceso a estos datos personales y su relación con la difusión de noticias falsas o fake news , el fenómeno de la posverdad y la desinformación social generalizada en un contexto político-electoral. Concretamente , se plantea esta coyuntura bajo la visión del impacto que el monopolio de la información en manos de grandes empresas privadas provoca en el ideal de democracia e institución de opinión pública libre. Finalmente se pasa a comentar la legislación existente en materia de protección de datos digitales, y que uso de éstos permite la ley española en sus procesos electorales.

Palabras clave: microsegmentación, procesos electorales, perfilado político, datos personales, posverdad, desinformación, grandes empresas privadas, monopolio de la información, democracia, globalización.

Abstract

Emerging micro segmentation techniques now common in political and/or electoral campaigns allow political profiling of the citizens targeted through their social media. We investigate the access to these personal data and their relationship with the dissemination of fake news, the post-truth phenomenon and the generalized social disinformation. More specifically, this situation is considered from the point of view of the impact that the monopoly of information in the power of great private companies has on the ideal of democracy and the institution of free public opinion. Finally, an analysis is made on the existing legislation related with digital data protection and the use of these data allowed by the Spanish electoral law in its electoral processes.

Keywords : micro-segmentation, electoral processes, political profiling, personal data, post-truth, disinformation, large private companies, information monopoly, democracy.

Índice

1. INTRODUCCIÓN.....	5
1.1. Hipótesis.....	7
1.2. Objetivos	9
CAPÍTULO I.....	10
2. MARCO TEÓRICO. ESTUDIO DEL PODER DE LA EMPRESA MULTINACIONAL EN EL ESTADO Y EL INDIVIDUO.....	11
2.1. Introducción al neoliberalismo. Producto de evolución (o degeneración) del keynesianismo.	11
2.2. El triunfo de lo privado	13
2.3. El más fuerte en el sistema neoliberal.....	15
2.3.1 La empresa multinacional más que un agente económico.	16
2.3.2 El individuo como “consumidor soberano”	17
CAPÍTULO II.....	20
3. DESINFORMACIÓN.	21
3.1 Antecedentes. La propaganda política como arma desinformativa.....	21
3.2 Desinformación como fenómeno actual.....	23
3.2.1 Los desórdenes informativos. Globalización y redes sociales.	26
3.2.2 Institución de opinión publica libre. Autoritarismo vs. democracia en la guerra de datos.	30

3.2.3 Origen. El éxito en las campañas de Donald Trump y Brexit.
Cambridge Analytica y Facebook como agentes multinacionales.
Resultados electorales: decisión de voto alterada.....34

CAPÍTULO III41

4. ASPECTOS JURÍDICOS.....42

4.1. Protección de datos personales e interdependencia con otros derechos.
Correspondencia con la libertad de expresión e ideológica.42

4. 2. Regulación.....45

4. 2. 1. Ley Orgánica 3/2018 del 5 de diciembre de Protección de Datos
Personales y garantía de los derechos digitales.46

5. CONCLUSIONES51

6. BIBLIOGRAFÍA52

1. INTRODUCCIÓN

La ola de la desinformación crece con una fuerza notable de la mano del veloz y desenfrenado desarrollo de la tecnología, haciéndose palpable en los últimos años tras varios escándalos que han afectado a la sociedad global. La aparición repentina del término desinformación, ahora presente en la esfera más cotidiana, surge como respuesta a la necesidad de calificar una endémica realidad, trasfronteriza e invisible a los ojos, que ha germinado de forma alarmante y que tanta preocupación a la comunidad internacional.

Concretamente, este fenómeno se refuerza y comienza a tener voz cuando aparece definido por primer vez en el diccionario Oxford el término post-truth en 2016. Sucede no por una simultaneidad casual, tras las elecciones estadounidenses que se celebraron ese mismo año y cuyo resultado posicionó a Donald Trump en la presidencia de los Estados Unidos. Es un acontecimiento de trascendencia considerable a la hora de desarrollar, entender y ejemplificar el tema que nos ocupa. Son claras las evidencias que destapan que se realizaron perfilados políticos exhaustivos a partir de información personal accesible a través de nuestras redes sociales y de datos expresos que se obtienen del análisis de nuestros comportamientos en la comunidad online con el objeto de convertir a las personas en receptores de selectas noticias o mensajes propagandísticos y así reorientar su decisión de voto o consolidarla (Jané, 2018). La multinacional *Facebook*, tuvo mucho que ver en este concreto tráfico de datos que involucraba a más de 50 millones de personas (Cadwalladr & Graham-Harrison, 2018).

Aunque este fenómeno sea ahora más visible, la desinformación es un concepto añejo y la posverdad una de sus nuevas herramientas de actuación, una parte del todo.

Importa por razones obvias, cómo este polémico proceso electoral activa la alarma social sobre el uso manifiesto que se hace de los datos personales contenidos en ficheros en línea con el propósito de influir en las opiniones de los ciudadanos redirigiéndolos hacia la toma de una decisión concreta y predeterminada, en este caso, en la orientación de su voto. Esto es ahora posible debido al perfeccionamiento de algoritmos predictivos, que estudiando los comportamientos de los usuarios pretenden incidir en sus emociones, bombardeándoles de informaciones tendenciosas mediante la proliferación de noticias que intencionadamente inducen al error (Amer & Noujaim, 2019).

En habidas cuentas, los procesos de segmentación de marketing en el campo político y electoral han sufrido una sofisticada metamorfosis pasando de ser estudios de campo grupales (circunscripción, por ejemplo), a artificiosas técnicas de *microtargeting* basadas en la inteligencia artificial y facilitadas por las tecnologías *big data*, cuya piedra angular es el almacenamiento y análisis de cantidades titánicas de datos personales informatizados e informaciones adquiridas a través de nuestro rastro digital en la red.

Surge así el principal interrogante sobre quiénes son los guardianes de nuestros datos, qué uso hacen de ellos y con qué fin. Habitamos un mundo de vigilancia líquida en el que nuestros movimientos virtuales son potencialmente aptos para pasar a formar parte de alguno de los muchos centros de datos pertenecientes a grandes entidades privadas (Bauman y Lyon, 2013). La posesión de estos datos compone ahora sus activos y negocios primordiales. Detrás del manejo de los flujos informáticos se esconden facturaciones millonarias, véase el caso de Cambridge Analytica (CA) en el que ahondaremos más adelante en el Capítulo II del presente trabajo.

En esta línea de investigación, se aportan datos y estudios sobre como las multinacionales, tales como *Facebook o CA*, pueden cambiar el curso de un proceso democrático con los ingredientes necesarios: datos y una plataforma de comunicación apta para de dispersión de noticias no verificadas o comúnmente definidas como *fake news*.

Es una intrusión en la atmósfera subjetiva del individuo, una sociedad del control (Deleuze, 1992) o sociedad de la transparencia (Byung-Chul, 2013). Esto plantea numerosas críticas al constructo sociopolítico contemporáneo, poniendo en jaque los discursos y valores que sustentan los gobiernos neoliberales que han representado a la mayoría occidental en las últimas décadas. Eras marcadas por el desarrollo del capitalismo y la globalización, dos realidades históricas que van indefectiblemente unidas.

La centralización de datos e información en manos de grandes multinacionales ensucian la libertad que debería caracterizar al individuo moderno en todos sus estratos, quedando patentes dos hechos; que estas multinacionales actúan como auténticos agentes políticos y la óptima eficacia en la consecución de objetivos.

En vista de la voluptuosidad de esta problemática, se han generado abundantes controversias de interés público y ha abierto varios debates a escala internacional sobre la autonomía y voluntad del individuo y la idea que este sostiene acerca de la legitimidad de la democracia que le representa (Jané,2018).

En este contexto no parece descabellado considerar que quedarían completamente desacreditados algunos principios políticos como la soberanía nacional, la opinión pública libre o el estado de bienestar, llegando incluso a influir en la parcela de actuación del propio individuo, reduciéndola a unas dimensiones ínfimas. El Supervisor Europeo de Protección de Datos se ha pronunciado ante esta coyuntural situación de vigilancia y control del ciudadano y ha expuesto de manera rotunda *“el efecto alarmante sobre la capacidad y voluntad de las personas de expresarse y establecer relaciones con libertad, también en la esfera cívica, tan esencial para la democracia”*.

1.1. Hipótesis

Previo desglose de contenido teórico del trabajo, se esbozan una serie de cuestiones en pos de concretar la ruta de desarrollo de este. De esta forma concordarán los siguientes bloques de cuestiones con la temática que se va a examinar y estudiar en cada uno de los *Capítulos* establecidos en el índice genérico. Con este orden de exposición de ideas, se pretende dar paso a unas conclusiones concretas, cohesionadas y contrastadas.

Los bloques de preguntas que se plantean son los siguientes:

BLOQUE I – CAPÍTULO I

- ¿Qué papel han adquirido las multinacionales en nuestra sociedad? ¿Qué repercusión tiene el triunfo de lo privado en el plano político, el concepto de Estado y el propio individuo? ¿Han de revisarse las bases teóricas del sistema neoliberal actual?

El sector de la industria deja de ostentar los medios de generación de riqueza, dando paso al sector servicios. Los empleos abandonan las fábricas de productos tangibles , para ocupar la generación , almacenamiento y procesamientos de datos e

informaciones (Torres, 2005). A mediados del s. XX, la era digital ha propiciado un esquema de imposición de las políticas económicas de las multinacionales sobre los Estados. Es de interés la paradoja que se plantea alrededor de este nuevo orden, pues su campo de actuación posee “*un gran poder pero una escasa legitimación*” (Beck, 2002).

BLOQUE II – CAPÍTULO II

- ¿Qué es la posverdad/desinformación? ¿Cuál es su recorrido en la historia?, ¿Qué peso tienen las redes sociales en esta problemática? ¿Cuáles son las estrategias utilizadas a través de las redes? ¿Cómo reacciona la opinión pública ante esta situación? ¿Qué casos reales se pueden aportar para probar esta teoría.

Las redes sociales (*Facebook, Youtube, WhatsApp...*) han transformado sobremanera el panorama digital convirtiéndose en verdaderas plataformas de difusión de información en las que están registrados usuarios de todo el mundo. Es el precedente necesario para acomodar el escenario para la divulgación de todo tipo de noticias no contrastadas y tendenciosas a millones de personas en cualquier parte del mundo.

A partir de aquí, estudiaremos dos casos polémicos en relación con la desinformación y las *fake news*, como son, el Brexit o las elecciones estadounidenses de 2016. Dos acontecimientos de relevancia política mundial que se vieron ensuciados por un el uso de *personal data* y la difusión de noticias falsas (Amer y Noujaim, 2019).

BLOQUE 3 – CAPÍTULO III

- ¿Cómo amparan las leyes la protección de nuestra intimidad en las redes? ¿Cómo limita nuestro ordenamiento jurídico estas prácticas? ¿Qué leyes amparan nuestro derecho a la intimidad en las redes?

El ordenamiento jurídico y la legislación que éste integra se caracteriza por su adaptabilidad, y avanza para dar respuesta a las necesidades que se generan en el seno social, al que a su vez, estas mismas leyes se dirigen.

La injerencia de estas prácticas políticas en el derecho a la protección de datos personales precisa ser tratada a fin de buscar una solución en la propia ley electoral, para impedir que esto se pueda producir.

1.2. Objetivos

Las cuestiones anteriormente planteadas sientan las bases del presente trabajo cuyo objetivo primordial es abordarlas de manera precisa . Todas ellas poseen un nexo común, la manipulación de los datos personales en línea y sus garantías digitales, así como el flujo de información que vaga por las redes sociales y que se dirige a grupos concretos de usuarios.

Particularmente se hará referencia y se centrará el estudio en informaciones y propaganda política de la que somos consumidores y cuyo sesgo esta íntegramente ligado a nuestros propios movimientos en la red. Estos movimientos; que muchas veces son inconscientes e intrascendentes para nosotros, son extremadamente reveladores para los que poseen los códigos adecuados para descifrar comportamientos e incidir en el proceso de toma de decisiones mediante la difusión de ideas y discursos tendenciosos no contrastados.

Analizar el alcance y las consecuencias que presenta el manejo de estas estrategias dirigidas por agentes privados concretos en el contexto sociopolítico democrático actual, en particular la posible vulneración de la esfera de los derechos fundamentales inherentes al individuo como persona física amparada por la Constitución.

Así, el estudio de la desinformación en el plano político comienza con una exposición cronológica que versa sobre el papel que juegan la empresa multinacional, poseedora de datos y de plataformas digitales de difusión global, en el escenario neoliberal revolucionado por la tecnología.

Describir los soportes que hacen posible que los engranajes de este fenómeno funcionen: el caso Brexit y la llegada de Donald Trump a la Casa Blanca.

Por último, estudiar el marco jurídico que regula la ley de protección de datos personales en procesos electorales y los debates que ha suscita su aplicación.

CAPÍTULO I

2. MARCO TEÓRICO. ESTUDIO DEL PODER DE LA EMPRESA MULTINACIONAL EN EL ESTADO Y EL INDIVIDUO

2.1. Introducción al neoliberalismo. Producto de evolución (o degeneración) del keynesianismo.

El neoliberalismo es el nombre que recibe el capitalismo en su etapa actual. Esta doctrina ideológica y económica se instaló de forma progresiva a partir de la década de los 80 del siglo XX, con el declive de los principios keynesianos que preponderaban en occidente desde 1945 (Fayanas, 2015).

Después de la Segunda Guerra Mundial, se conformaron en el mundo dos bandos enemigos: el capitalista y el comunista. Entre ellos había un estado de hostilidad abierto que dio paso a una época de tensiones conocida bajo la denominación de guerra fría. Tal era la brecha divisoria que se hablaba de un “telón de acero” que separaba Alemania, Europa y el mundo en dos bloques y que al final obtuvo su materialización con el muro de Berlín.

En la Guerra Fría, si bien no faltaron los conflictos armados (en su mayoría fuera de Europa, en lo que se empezó a conocer como “tercer mundo”), la amenaza de la bomba atómica era ya una realidad palpable y esto cambió la manera de entender la guerra, que se desarrollaría fundamentalmente fuera del campo de batalla. La competición principal era ideológica, consistía en expandir la propia cosmovisión y aumentar su área de influencia.

En resumen: la alternativa comunista puso en jaque la hegemonía del capitalismo, su capacidad como sistema. La filosofía keynesiana apareció entonces como una estrategia necesaria para adaptar el liberalismo de los siglos XVIII y XIX a las exigencias de la nueva situación.

Para entender el cambio que experimentó entonces la doctrina liberal es preciso recordar los pilares básicos de la economía según Adam Smith (1776) tal como se exponen en su obra *Investigación de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones* (considerada piedra angular del liberalismo económico): la propiedad privada, la libre empresa y la no intervención del Estado en asuntos económicos. Influida por las teorías económicas del *laissez-faire* (dejar hacer) que propugnaba François Quesnay, Adam Smith considera que el mercado es un mecanismo con capacidad para

autorregularse de forma independiente y natural gracias a una “mano invisible” que funciona a través de la ley de la oferta y la demanda. El Estado es un Estado Gendarme que solo se ocupa de la defensa (ejército), la justicia y la realización de obras públicas para desarrollar el comercio.

El keynesianismo llamado también “capitalismo social” trató, como decíamos, de hacer frente a una crisis ideológica contra su némesis comunista y a otra más flagrante en términos materiales: la económica que siguió a la Segunda Guerra Mundial. Dicho grosso modo, a diferencia del liberalismo anterior, la teoría impulsada por John Maynard Keynes busca un mínimo estado de bienestar para toda la población, de manera que se reduzca en lo posible la desigualdad entre ricos y pobres que provocaba el modelo liberal de Adam Smith. Para ello el Estado debe intervenir, y lo hace mediante la recaudación de impuestos y el gasto público, con los que redistribuye la riqueza generada y garantiza el acceso universal a la sanidad, la educación, un sistema de pensiones... Se trata de un Estado que muestra preocupación por la clase trabajadora e interviene en su favor, y por eso no es casualidad que los sindicatos tengan un papel muy importante durante el periodo keynesiano (Fayanas, 2015).

Los resultados económicos de la intervención estatal en las décadas de los 50 y 60 fueron alentadores. La productividad aumentó enormemente, y aunque esto se puede ver desde una perspectiva muy positiva para el bloque capitalista en términos económicos, supuso un punto de inflexión en su dimensión ideológica: la sociedad de la abundancia generó un descontento que se extendió por Estados Unidos y Europa y los movimientos sociales del 68 criticaron duramente el consumismo, individualismo y materialismo que también tenían cabida en una sociedad económicamente próspera.

Más adelante, en 1973 y con la guerra entre Israel y los Países Árabes, llegó la crisis del petróleo, el mayor derrumbe económico vivido hasta entonces desde el crac del 29: el crecimiento experimentado en la década anterior cayó a menos de la mitad. Al encarecimiento del petróleo hay que sumar un desastre del sistema monetario y distintos procesos de inflación en todo el mundo.

Y así, sumido en una profunda crisis económica, es cómo llegó el mundo occidental a los 80 y cómo se produjo la consolidación del neoliberalismo en detrimento de las teorías de Keynes.

2.2. El triunfo de lo privado

Fueron muchas las circunstancias que condujeron al derrumbamiento del “capitalismo social”. Pero una nada desdeñable y que debe mencionarse es la caída del muro de Berlín y con él ese “telón de acero” en 1989, prueba del fracaso del comunismo y fin de la guerra fría y del enemigo capitalista. Sin una alternativa a la que hacer frente, sin la motivación de mejorar el propio sistema para superar al contrario, el liberalismo tenía esta vez una libertad mucho más amplia para ser impopular que después de la Segunda Guerra Mundial.

Los ascensos de Margaret Thatcher como Primera Ministra de Reino Unido en 1979 y de Ronald Reagan como presidente de Estados Unidos en 1981, se tradujeron en una batería de políticas neoliberales que hacían pensar que, más que instalarse un “nuevo liberalismo”, se retornaba de hecho al *laissez-faire* prekeynesiano: reducción de la intervención del Estado, desregulación de la actividad económica, mayor flexibilidad del mercado laboral, destrucción del sindicalismo, bajada masiva de los impuestos de los ricos (según las teorías neoliberales la mejor manera de relanzar la economía es bajar los impuestos para favorecer el consumo, y el rico es quien más puede consumir)... y en definitiva, la privatización de la empresa pública y subcontratación de los servicios públicos.

El neoliberalismo entendido desde entonces hasta nuestros días encuentra sus fundamentos teóricos en los economistas austriacos Friedrich Hayek y Ludwig Mises y la Escuela de Chicago, donde emigraron muchos de sus impulsores durante la etapa del “capitalismo social”. Se trata de un pensamiento liberal (como se lee en el párrafo anterior, defiende las teorías de Adam Smith), y también conservador, por su crítica a la democracia social.

Según Hayek en *Camino de Servidumbre* (1944) “la planificación estatal aplasta el individualismo y conduce inevitablemente al totalitarismo” (cita extraída de Monbiot, 2016). O como dijo el estadounidense Reagan en su primer discurso a la nación en el 81 “El gobierno no es la solución a nuestro problema, el gobierno es el problema”.

Después de todo lo sucedido a raíz de la crisis del petróleo en los 70, no era descabellado plantearse si la intervención del Estado no estaría en realidad lastrando el progreso económico. El neoliberalismo se alzó entonces como una estrategia novedosa, coherente y clara. Pero a la vez se abría otra duda que hacía temblar a la clase trabajadora, para la que el sistema keynesiano había supuesto avances importantes que de repente parecían amenazados por el nuevo orden neoliberal: ¿sería posible mantener el Estado de bienestar, las libertades conquistadas?

A cerca de esto es interesante la aportación del teórico social marxista David Harvey en su libro *Breve historia del neoliberalismo* (2016): “La neoliberalización es un proyecto político cuyo objetivo no era crear un nuevo tipo de capitalismo, sino organizar el capitalismo de tal modo que se pudiera restaurar el poder de la clase capitalista. [...] Pienso en el neoliberalismo como un proyecto político que emplea un aparato ideológico [...] para legitimar la producción de mayores niveles de desigualdad y de transferencia de activos desde la población con bajos ingresos hacia los ricos y poderosos” (cita extraída de De Rivera, 2017). En este fragmento queda patente el hecho de que en el neoliberalismo, lejos del ideal keynesiano, la desigualdad entre clases sociales es cada vez más grande, las circunstancias como la educación, el patrimonio o la clase social no son tenidas en cuenta como un factor que favorece o impide el éxito, y la respuesta a la pregunta sobre si es posible el Estado de bienestar adquiere forma de negación.

Sea como fuere, el neoliberalismo preconizado políticamente por Thatcher y Reagan se impuso rápidamente en el resto del mundo, incluso entre las tendencias socialistas, como es el caso de François Mitterrand en Francia (1981) o el de Felipe González en España (1982). Y como explica el artículo de George Monbiot (*Neoliberalismo: la raíz ideológica de todos nuestros problemas*, 2016), este nuevo sistema se instaló “frecuentemente, sin consenso democrático de ninguna clase, a través del FMI, el Banco Mundial, el Tratado de Maastrich y la Organización Mundial del Comercio”.

En palabras del historiador británico Stedman Jones “cuesta encontrar otra utopía que se haya hecho realidad de un modo tan absoluto” (cita extraída de Monbiot, 2016).

2.3. El más fuerte en el sistema neoliberal

Jean-Jacques Rousseau en *El contrato social* (1762) dice que “el más fuerte no es nunca lo bastante fuerte para ser amo si no transforma su fuerza en derecho y la obediencia en deber”.

El Estado era “el fuerte” en el “capitalismo social” de Keynes, ejercía su derecho a la intervención y regulación económica y obligaba a la empresa privada a ceder parte de su beneficio para redistribuir la riqueza y controlar la desigualdad. No digamos en el proyecto comunista, donde la intervención y el control son entonces mucho más evidentes y, como demostró el devenir histórico, tienen consecuencias nefastas en términos de libertad individual.

En cambio, en el sistema neoliberal, es la empresa privada que más riqueza acumula (la empresa multinacional, como se verá más adelante) la que ha afianzado su derecho de libre actividad en el mercado, prácticamente sin restricciones, de manera que el Estado se ha pasado al lado del obediente, del que se espera que asuma un deber cuya clave nos proporciona Foucault en *El nacimiento de la biopolítica* (1979): “El neoliberalismo, el gobierno neoliberal, [...] no tiene que constituir, en cierto modo, un contrapunto o una pantalla entre la sociedad y los procesos económicos. Debe intervenir sobre la sociedad misma en su trama y su espesor. En el fondo [...], tiene que intervenir sobre esa sociedad para que los mecanismos competitivos, a cada punto del espesor social, puedan cumplir el papel de reguladores.” (cita extraída de De Rivera, 2017). El Estado, que como veníamos viendo interviene mínimamente en la actividad económica, interviene en su lugar sobre la sociedad, garantizando la libertad de los agentes económicos y controlando los movimientos sociales que ponen en peligro el curso de los mecanismos competitivos del mercado.

Pero esta libertad del neoliberalismo, como plasma George Monbiot en el artículo *Neoliberalismo: la raíz ideológica de todos nuestros problemas* (2016) es la libertad para “el fuerte”, para la “clase capitalista” de David Harvey, para en resumen y expresado burdamente: el pez grande, el rico. Así, al restar importancia a los sindicatos y la negociación colectiva, hay libertad para reducir a criterio de “el fuerte” los salarios, y quitarse de encima las regulaciones del Estado concede libertad para, por ejemplo, contaminar ríos.

Es este un Estado que, al final, degenera en lo que el sociólogo Loïc Wacquant (2010) llama Estado Centauro, que pasa por alto los delitos asociados a la clase alta (relacionados precisamente con el dinero: fraude fiscal, blanqueo de capital, evasión tributaria) y se muestra más dura y sistemáticamente represor con aquellos asociados a la clase baja: “La penalización funciona con una técnica para la invisibilización de los problemas sociales que el Estado, como palanca burocrática de la voluntad colectiva, ya no puede o no quiere tratar desde sus causas, y la cárcel actúa como un contenedor judicial donde se arrojan los desechos humanos de la sociedad de mercado”.

2.3.1 La empresa multinacional más que un agente económico.

Las relaciones de poder establecidas en el orden neoliberal obedecen a una interseccionalidad de fenómenos que han sucedido simultáneamente a la imposición de este sistema y no pueden ser obviados porque sin ellos el prefijo neo- no tendría mucho sentido precediendo a -liberalismo: la globalización y la revolución informática. De hecho hay quien se refiere al neoliberalismo como “capitalismo informático-global” (Dabat, Hernández y Contreras, 2015).

Las empresas multinacionales son las que poseen instalaciones o activos de otro tipo en más de una nación, según Richard Caves (1996), como mínimo, en dos: en una nación rica (la de la empresa “madre”) y en otra pobre (la de la empresa “afiliada”). Foucault decía en *El nacimiento de la biopolítica* (1979) citado ya anteriormente: “El objetivo es hacer de la competición el único principio rector de la vida social, y del sistema demercado el principio regulador de toda sociedad.” (cita extraída de De Rivera, 2017). En este marco competitivo, una empresa multinacional, una empresa grande y que reduce el coste de producción sirviéndose de la empresa “afiliada”, tiene enorme facilidad para deshacerse de la competencia más pequeña.

Además, en un contexto global, internacionalizado, y siguiendo el hilo de las reflexiones de Rousseau, la empresa privada que tiene fuerza en la era neoliberal es la empresa multinacional, cuyo derecho de “el más fuerte” está más allá del Estado por su condición de entidad supranacional, y tiene la capacidad de influir en los gobiernos en su propio beneficio: las empresas multinacionales, aparte de poder

económico tienen también poder político.

Llegados a este momento, se desenmascara una de las contradicciones del pensamiento neoliberal: el Estado debe dejar de intervenir en la economía para garantizar la libertad de los agentes económicos y, pese a izar con este movimiento la bandera de la libertad, los agentes económicos del sistema neoliberal, no obstante, pueden intervenir en política y reducen de esta manera la libertad de los agentes políticos.

En *Camino de Servidumbre* (1944), el neoliberal Hayek exponía que, de la misma manera que es imposible que “nadie sepa qué es lo más conveniente para los demás, ninguna élite gobernante sabe decidir lo que es conveniente para la población” (cita extraída de Parellada, 2008). A juzgar por estas palabras y la evolución del neoliberalismo, una empresa multinacional tiene más derecho, por demostrar ser “más fuerte”, a decidir lo que es conveniente para la población.

Se podría debatir que la vocación pública por el bien común de un agente político lo convierte indefectiblemente en alguien mejor preparado para decidir y gobernar que un agente económico, pero el descontento con la clase política por su resignación a asumir el papel de Estado Centauro es un fenómeno bastante generalizado, y en este sentido, según el sociólogo Fernando Escalante (2017), el éxito del neoliberalismo es innegable: “Ha habido una transformación cultural en los últimos treinta o cuarenta años cuya consecuencia es que el Estado, y toda la familia laica asociada al Estado: gobierno, público, representación, así como también política y partidos, tengan connotaciones negativas.”

Con todo, no deja de ser especialmente paradigmática de la escena neoliberal la victoria electoral en Estados Unidos de Donald Trump: un magnate al que la revista *Forbes* de 2016 enumeró como la 324ª persona más rica del mundo, al frente del gobierno de la superpotencia occidental.

2.3.2 *El individuo como “consumidor soberano”*

Así como el fenómeno de globalización explica de forma esclarecedora por qué las empresas multinacionales son más que agentes económicos y, sin lugar a dudas, “las más fuertes”, el fenómeno de la revolución informática permite una aproximación convincente al concepto de individuo como “consumidor soberano”.

En realidad, la idea de “consumidor soberano” era parte del ideario neoliberal mucho antes de la revolución informática, pero sin duda ha sido esta una clave interesante en la evolución del concepto. Empecemos por ahondar en él.

No es atrevido, por evidente, afirmar que el sistema neoliberal genera desigualdad y no hacer nada por disminuirla. Esto, que para los anti-neoliberalistas es la crítica por excelencia a este sistema, sus seguidores acérrimos lo consideran, al contrario, una virtud. La desigualdad permite diferenciar entre el éxito y el fracaso, reconoce el esfuerzo y el mérito del triunfador y genera riqueza. Es aquí donde entra en juego el individuo: el “consumidor soberano” que determina quién es el ganador y quién el perdedor (Olsen, 2019).

En fin, parece que al final esa libertad individual de la que el neoliberalismo se vanagloria sí es posible para todos: en cada individuo que conforma la sociedad está el poder de decidir quién es “el fuerte” que merece ser recompensado en este sistema. Pero ¿es esto posible? ¿tiene el individuo este poder, este derecho propio de “el fuerte”? Si “las fuertes” son las empresas multinacionales, máximo exponente del triunfo de lo privado, ¿no debería ser el individuo, por debajo del Estado “obediente”, alguien más obediente aún?

En efecto, los individuos somos agentes económicos, pero consumir es más una obligación que un derecho que ayuda a legitimar el verdaderamente derecho de “el fuerte”, la empresa privada, la empresa multinacional. Las opciones democráticas del consumidor se reducen a comprar y vender, consumir y producir. Y esto de acuerdo con un modelo cultural muy concreto promovido por las propias multinacionales. A propósito de esto último, la referencia a la sociología de la vida cotidiana puede resultar obvia aunque no por ello de poca trascendencia. Según esta corriente “son las relaciones de poder mínimas, múltiples, locales de la vida cotidiana las que permiten el funcionamiento de los poderes macrosociales” (Wikipedia, s.f.).

Todo sería así y no algo más complejo como es en realidad si no tenemos en cuenta la revolución informática y el *boom* de internet. El desarrollo tecnológico durante el siglo XX tuvo un impacto, si bien desigual, con un alcance global que modificó la manera de producir, de vender y de consumir, más rápido y con menos esfuerzo físico. El ritmo frenético es una característica indiscutible de la era neoliberal.

En 1995, se produce con internet la interconexión electrónica de los medios de información que se habían venido desarrollando en torno a la computadora (Dabat, Hernández y Contreras, 2015). Internet es una especie de almacén de información de capacidad ilimitada con una estructura horizontal, descentralizada y, de esta forma, democratiza la relación entre usuarios: cualquiera puede crear contenido y cualquiera puede consumirlo.

Si antes el consumidor encontraba el producto que quería, en internet lo busca específicamente, y a cambio proporciona (produce) un perfil de sí mismo también específico del que las entidades privadas se benefician para ofrecernos los productos concretos que demandamos y, aquí llega la trampa, en ocasiones, para orientar nuestro interés hacia una opción concreta. Estas dinámicas han desembocado en prácticas abusivas sobre los usuarios con fines políticos. No es ningún secreto que el rastro que nuestros datos dejan en internet se ha utilizado como núcleo en campañas electorales tremendamente exitosas, de las que hablaremos en el siguiente capítulo. Es ejemplo el caso de la compañía privada Cambridge Analytica que, analizando los datos de Facebook del electorado, supo crear una estrategia victoriosa para la campaña del Brexit (Mizrahi, 2018).

Esa “soberanía” en la que el neoliberalismo respalda su utilización del consumidor en su favor se desmorona. Queda patente que el individuo no es “fuerte”, sino “débil”, que no consume por derecho, sino por obligación. El individuo provoca y a la vez padece un consumismo y productivismo frenéticos con el que valida el poder de las corporaciones privadas.

Esto, se identifica en el fenómeno *big data*, dónde los usuarios asumen el doble papel de, consumidores y creadores continuos de contenido. Se convierten ellos mismos, en los creadores de las grandes bases de datos cualitativas y cuantitativas, de datos propios o ajenos con informaciones relativas a su edad, sexo, localización o intereses, que tras ser procesados ser utilizados con fines políticos y propagandísticos (Ortiz López, 2010).

CAPÍTULO II

3. DESINFORMACIÓN.

3.1 Antecedentes. La propaganda política como arma desinformativa.

En lo que a panorama político se refiere, es bien sabido, que las falacias, patrañas o bulos han estado siempre presentes en el desarrollo de estrategias, instauración de directrices de actuación para los candidatos o la creación de un caldo de cultivo idóneo ante una polémica en particular. La difamación del contrario y los discursos o propagandas plagadas de artimañas que lideran la confusión social, son artificios que dejaron su huella ya en tiempos pretéritos. De hecho, *la desinformación* como término, tuvo su primeros ecos durante el siglo XX, con un denostado auge durante la Guerra Fría. Más adelante, ya en el siglo XXI, en las campañas de Bush o Mitt Romney en 2004 y 2012 respectivamente, este vocablo vuelve a ocupar un puesto de presencia notable en los discursos políticos y, más aún importante en el acervo popular (Fernández , 2014; Rodríguez Andrés, 2018).

Por todo esto, se puede afirmar que esta terminología no es, ni mucho menos, un concepto a estrenar. Pero aún más añejo es el fenómeno circunstancial al que hace referencia, dónde los hechos objetivos poseen una relevancia social mínima si se sopesan con llamamientos a la emoción y creencias arraigadas. Afirma Romero (2013) que “existen indicios claros de que actividades desinformativas se pueden documentar en textos extremadamente antiguos, lo que nos puede estar hablando de una práctica tan antigua como la propia organización social” (p. 322).

Cleón o Alcibiades protagonizaron las historias de Tucídides y Jenofonte hace 2500 años, durante la antigua democracia griega. Relataban como estos se valían de engaños y tretas para desarmar a sus oponentes y así sembrar el prejuicio o despertar las esperanzas entre los ciudadanos menos sapientes. Uno de los más conocidos detractores de este proceder fue Aristóteles, que no creía que los gobernantes pudieran permitirse el engaño a enemigos o a sus propios ciudadanos en sus tratos. Sin embargo, esa visión sí fue compartida por Platón o Tácito (Rubio, 2017).

Fue durante el período humanista con Maquiavelo cuando estas praxis políticas se elevaron al rango de norma general. Este se opuso a los códigos anticuados de sus predecesores del medievo, acentuando los hechos en la verdad factual de la propia cosa y no en un posible visión imaginada de las misma. Su obra *El príncipe*, un auténtico

manifiesto de marketing político del s. XVI, contiene varios alegatos que tienden su mano a la idea de un gobernante que no debe significarse como modelo ético para sus súbditos, sino mantenerse en el poder y asegurar la continuidad de su Estado. Para llegar a puerto con estas pretensiones, el gobernante debe ser un “zorro” saber fingir y engañar con habilidad, llegando incluso a usar la mentira o romper sus promesas, siempre que estas entorpecieren sus intereses. Explica que, estos engaños no son sólo legítimos sino también fáciles de llevar a cabo pues, "los hombres son tan simples y están tan centrados en las necesidades del momento, que aquel que engaña encontrará siempre quien se deje engañar" (cita extraída de Rubio, 2017).

Resultan innumerables los hitos de la historia universal que se han visto manchados por este fenómeno y que han tenido consecuencias nefastas en su marco temporal. Han perdurado en el tiempo, y algunos evidencian el enorme peligro que conlleva el desconocimiento generalizado en una población, séase el genocidio antisemita de la Segunda Guerra Mundial.

Al hilo de los acontecimientos que reflejan esta realidad, estos han sido numerosos. Lo explica José Manuel Burgueño (2020) en su artículo para el *National Geographic* titulado *Noticias falsas en la antigüedad*. Cuenta que el mismo pueblo judío fue también objetivo de esta situación en el siglo XVI, con una cadena de difamación que ayudo a desfigurar la visión sobre ellos y decretar su expulsión de la península. Se les acusó de herejes y usureros, se promulgó lo abominable de sus prácticas, como la circuncisión, y se extendió la idea de la perfidia judaica. Sin embargo, el detonante de esta expulsión fue el auto de fe en el que fueron quemados tres conversos y dos judíos -a posteriori se demostró que de manera arbitraria- por un supuesto asesinato a un niño cristiano.

También los bulos extendidos durante la revolución francesa condujeron a María Antonieta ante un nefasto destino, la guillotina. Se le atribuyeron varias frases como "mi único deseo es ver París bañado en sangre" o " si en París no hay, pan que coman bollos", refiriéndose a la hambruna que en el momento asolaba al pueblo francés. La tildaron de frívola y despilfarradora. Según Zweig, en su escrito biográfico titulado *María Antonieta*, "en 1785 el concierto de calumnias se halla ya en su apogeo; está marcado el compás, suministrada la letra" (citas extraídas de Burgueño, 2020).

Cronológicamente se suceden una retahíla de acontecimientos políticos de este color, y que de acuerdo con la capacidad de análisis se pueden identificar con la práctica de la desinformación. Los titulares de los periódicos norteamericanos sobre un supuesto ataque español al acorazado de Maine durante la guerra de Cuba, a finales del siglo XIX, que realmente fue una explosión interna; el intento francés de convencer a su población de la ineficacia de las armas alemanas, *L'Intransigeant* publica en 1914 que sus balas “no desgarraban los tejidos”, pocos días después el ejército francés se enfrenta a su primera derrota en Charleroi. Durante la Segunda Guerra mundial también abundaron las filtraciones de noticias falsas en los medios de prensa, con el único fin de desmoralizar al bando contrario.

Un momento clave es el *período de entreguerras*. Durante la Guerra Fría acontece el nacimiento de la desinformación como término propio y como arma social para la consecución de fines políticos. Identificada como *desinformatzia*, este término se introduce en la Gran Enciclopedia Soviética en 1952, y queda definida como la distorsión que los Estados Unidos ejercían sobre la opinión pública mundial a través de su potencial informativo (Jacquard,1988). Así deciden introducir el uso de la desinformación entre sus “medidas activas” de promulgación de los objetivos del proletariado. Incluso se crean en la propia KGB departamentos de desinformación en 1959 en la URSS, y más adelante en Alemania, Checoslovaquia, Hungría, Polonia y Bulgaria. Así es como a partir de ese instante la desinformación se emplea por parte de los servicios de inteligencia soviéticos para ensuciar la imagen de Estados Unidos, el sistema de capital del que eran abanderados, influir en gobiernos extranjeros y difundir el comunismo por la mayoría de territorios a su alcance (Barron, 1974).

Es razonable por fáctico, afirmar que la estrategia política de movilización de masas se identifica con la desinformación. Esto es el engaño, véase como la mentira propiamente dicha o la verdad aderezada. Esta tendencia ha prolongado hasta la actualidad, y parece difícil de revertir o minimizar en el escenario de inundación tecnológica actual.

3.2 Desinformación como fenómeno actual.

Rubio (2017) da una visión sobre este término en, *La política de la posverdad*, dónde afirma que:

“nuestras democracias nunca han estado más apegadas al dato factual y a la evidencia empírica que ahora. Lo que ocurre es que el marco epistemológico ha cambiado. En el mundo de hoy, la verdad no compite contra la mentira, sino contra otras verdades”. (p.58)

Además, señala cómo han sido numerosos los periódicos que han apuntado directamente a la realidad de la *posverdad* como motor absoluto e indudable del resurgir de los populismos, de la victoria de Donald Trump o del triunfo del *leave* en la votación del Brexit. No obstante, esto no encuentra explicación en una predisposición ciudadana a pasar por alto el engaño o tolerar proyectos basados en falsos testimonios, “la verdad no ha perdido importancia. Lo que ocurre es que se ha multiplicado. Ya no es una, sino muchas, todas ellas igualmente válidas. Entender este cambio de paradigma es esencial para comprender qué está pasando y desarrollar soluciones eficaces” (Rubio, 2017, p.60).

Esta estrategia parte de la mentira como intención principal y con su doble rasero. Es posible mentir por comisión, la transmisión de un hecho conociendo la falsedad de éste; o por omisión de la verdad, silenciando detalles de relevancia sin los cuales se desconoce la realidad al completo (Rodríguez Andrés, 2018). A partir de esta distinción de base Durandin (1983) se lanza a la descripción de tres vertientes desinformativas: la supresión (hacer creer que algo real, no lo es), adición (ofrecer un falso testimonio, creando una realidad inexistente) y deformación (alterar los datos que se poseen sobre un suceso o su naturaleza, tanto cuantitativa como cualitativamente).

Wardle (2018) ofrece una visión hermana. Para él, la desinformación es el completo desorden. La coloca en un espacio situacional intermedio. Para entender el concepto habría que delimitar ese espacio de encuentro entre lo que el autor denomina como *misinformation* o errores no intencionados en ciertas informaciones, y *malinformation* o cambio deliberado de un contexto con la intención dañar o engañar. En definitiva, la parcela en la que estas dos realidades comparten espacio.

En la línea con la idiosincrasia actual de esta realidad, de connotación negativa por la vulneración de valores democráticos y de derechos fundamentales que su renacimiento como fenómeno ha conllevado, es preciso conocer la definición oficial otorgada que permita un análisis del término en profundidad. La Real Academia

Española (RAE) ofrece al neologismo “*posverdad*” la siguiente definición: “Distorsión deliberada de una realidad, que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales”. Para completar, en el diccionario Oxford aparece además otra descripción “Actitud de resistencia emocional ante hechos y pruebas objetivas”. Esto es a fin de cuentas, un arma más que engloba la acción de desinformar, “dar información intencionadamente manipulada al servicio de ciertos fines”.

De las definiciones ofrecidas, se evidencia que en la *posverdad* existe un claro componente de carácter emocional, ineludiblemente ligado a las personalidades y comportamientos, antes que a los hechos y a las pruebas. Apelar a los sentimientos más arraigados en los individuos conlleva un cambio en la visión de su realidad y en el orden de sus futuras opiniones (Amer & Noujaim, 2019).

A cuenta concreta del estudio, si se extrapolan estos significados a la ecuación de la estrategia política y manipulación de datos y propaganda en línea obtenemos a una multitud de usuarios y/o votantes cuya realidad externa se manipula en base a indicios, informaciones no contrastadas, datos incompletos y supuestos intencionadamente lavados. Aceptando este hecho percibimos la realidad a través de los filtros que los propios gobiernos y/o empresas multinacionales (si es que existe una diferencia real entre ellos) ponen a nuestro alcance, cambiando incluso el curso de los propios “procesos democráticos”. Teniendo en cuenta la vulnerabilidad manifiesta que el orden liberal padece ante estas políticas de desinformación, el derecho a la veracidad de las informaciones que consumimos es, o más bien debería ser, el límite propio de las libertades básicas y eminentemente democráticas como son la de expresión e información (González, 2019). El flujo de datos no contrastados impide o entorpece al receptor en su futura, o no tanto, formación del criterio objetivo que guía sus decisiones.

Asentados ya los precedentes, es preciso añadir que la marabunta de rumores que tienen cabida en la comunidad online han adquirido la cualidad de verosímiles. Esto descansa en el carácter crucial de factores como “la velocidad, amplitud y universalidad, vectores que potencian el auge de su difusión amparados en la participación, el anonimato, la fuente oculta y la dificultad para borrar su rastro” (Alonso y García Orta, 2015, citado en González, 2019). La *fake news* son una constante en el mundo de la información y de la comunicación. Se da una situación crítica en la que los

consumidores de estas noticias son incapaces de discernir su veracidad. Según declaraciones de la consultora Gartner (2017) en su “Informe de predicciones para 2018” en 2022 el público occidental consumirá más noticias falsas que verdaderas y no habrá suficiente capacidad, ni material ni tecnológica, para eliminarlas.

Ciencias como la Comunicación, Relaciones Internacionales, Psicología o Sociología se han ocupado de estudiar este problema por constituir un arma peligrosa para el orden social. Colocan el indudable precedente a la afirmación que se viene esclareciendo a lo largo de presente trabajo. La desinformación no se vincula ya exclusivamente al belicismo, ni a su propaganda política, como ocurrió en la historia que nos precede. Se ha bifurcado en numerosas direcciones hasta inundar los bases más profundas de una comunidad. Por esto podemos hablar de desinformación mediática o económica, pero sobre todo de desinformación empresarial o corporativa, “alusión a cómo las grandes compañías multinacionales controlan la difusión de noticias, ocultando a la ciudadanía aquellas que puedan resultar negativas para sus intereses y moviendo los hilos de la política y de la opinión pública” (Rodríguez Andrés, 2018, p.235).

3.2.1 Los desórdenes informativos. Globalización y redes sociales.

En el análisis del fenómeno de la desinformación social actual no puede obviarse la incidencia del desarrollo de la tecnología informática y lo que esta ha supuesto, pues refuerza sus cimientos y proporciona un campo idóneo para el crecimiento y dispersión indoblegable de información, veraz o no. Rodríguez Andrés (2017) así lo expresa:

La Red hace circular a velocidad de vértigo rumores e informaciones falsas, tergiversadas o sacadas de contexto, que acaban saltando incluso a las páginas de los periódicos y a los noticiarios de radio y televisión. Se puede afirmar que Internet es el nuevo terreno de juego de la desinformación en el siglo XXI (p.239).

Particularmente, la proliferación de las redes sociales, como puede ser *Facebook*, *Google* o *WhatsApp*, ha revolucionado este campo colocándose en la cúspide. En la última década, estas han suplido las labores de los propios medios de comunicación; televisión, radio o prensa, de manera incontestable (González,2019). Si

hay algo claro es que, entre las nuevas generaciones las RRSS han ocupado un lugar hegemónico, quedando los medios de comunicación tradicional en un letargo considerable.

Los modelos de transmisión de noticias han avanzado de manera inimaginable, planteando estos problemas imprevisibles, y hasta hace no tanto invisibles, para la sociedad de a pie. El acceso a todo tipo de noticias, artículos, opiniones o fuentes digitales nunca antes había sido tan fácil. De acuerdo con los datos aportados por Torres y Lorenzo (2018) se estima que “cada minuto se realizan más de 3,5 millones de búsquedas en Google, se producen 900.000 accesos a Facebook y se envían 156 millones de emails”.

Con todo, la utilidad de estos mecanismos es de tipo bidireccional, pudiendo convertirse los usuarios en los emisores/autores de noticias que no pasan por el filtro de la verdad. Muchas de estas informaciones, carentes de base real o científica aceleran la extinción del rigor informativo y la verificación de datos. Esencia intrínseca de la Comunicación como ciencia (González, 2019). El carácter descentralizado en la producción de discursos de cualquier índole afecta a la producción de información de manera devastadora, generando un amplio desconocimiento en el entorno. Este hecho circunstancial, imposibilita el control de situaciones tan complejas como ha sido, por ejemplo, la gestión de una pandemia en la era de la superabundancia informativa (Keane, 2013).

Las plataformas online, han abierto de par en par las puertas de paso a lo que hoy es conocido como desorden informativo, concepto referido a cualquier herramienta o técnica intencional de dispersión o fabricación de dudas o falsas controversias con el único fin de lucrarse económica o ideológicamente (posverdad, *fake news*, *deepfakes*, hechos alternativos...) (Del Fresno García, 2019).

En palabras de Sófocles “nada grande acontece en la vida de los mortales sin una maldición” (cita extraída de Orłowski, 2020). Es a través de este prisma crítico como podemos interpretar el fenómeno de las plataformas sociales online.

Indudablemente no hay que olvidar que las redes sociales también han tendido su mano hacia la democratización informativa, uno de los principales objetivos que se desprendían de la idea de globalización. Se han dado cambios sistémicos muy

importantes y positivos en todo el mundo, aunque hoy día resulte fácil perder de vista acontecimientos inimaginables que se han conseguido gracias a ellas (se han unido familias separadas, encontrado donantes de órganos...).

Estas herramientas, amparándose en la idea de conexión universal, se lanzaron como algo innovador y positivo, con el fin de mejorar o facilitar la vida de las personas. Ahora bien, sería una ingenuidad no pensar en la otra cara de la moneda, y es que su utilidad dista mucho de ser la esperada en origen.

Las redes sociales son de consumo insaciable, inundan todos los ámbitos de la vida de las personas, nos bombardean con informaciones y datos que encajan con nuestros perfiles, búsquedas o “me gustas”. Las grandes tecnológicas tienen un control absoluto de nuestros datos, poseen saberes sobre todos y cada uno de sus usuarios. Esto que se conoce como *capitalismo de vigilancia* (aquel que se beneficia del control de todo lo que hacen las personas, ejercido por parte de grandes tecnológicas para asegurar a sus anunciantes el éxito de sus productos).

Es algo que indudablemente está moldeando nuestra cultura. Las grandes herramientas creadas comienzan a erosionar el tejido de nuestra sociedad y su funcionamiento. Puede ser definido como un fenómeno cultural, tecnológico o incluso académico, que se basa en las interacciones online y que maximiza la potencia de cálculo y precisión algorítmica, llegando a resultados que, analizados en posterioridad, sirven para identificar patrones a grandes volúmenes.

El *big data* es alimentado por la propia interacción de los usuarios en los servicios de internet. La simple cantidad de datos disponibles nos sitúa ante una nueva revolución tecnológica, que no se contabiliza por el número de máquinas que calculan datos, sino por la propia cantidad de estos mismos y que uso hacemos de ellos. Se estima que el 70% del *background* digital es generado por el propio usuario a través de sus inconscientes interacciones con los diferentes servicios como son, las redes sociales, los motores de búsqueda o el propio correo electrónico (Craig y Ludloff, 2011).

El dilema de las redes, un documental dirigido por Jeff Orlowski (2020) expone de manera clara cuál es el entramado que se esconde tras las redes sociales, y de qué modo está afectando su sobreuso a la comunidad.

Extrabajadores y *data scientist* de las grandes empresas de Silicon Valley explican lo complejo que es huir de la desinformación o del engaño. Las grandes

tecnológicas poseen algoritmos predictivos de suma precisión que controlan los flujos de información que consumimos, cuyo resultado es conseguir un cambio de comportamiento, usando la tecnología persuasiva como canal.

Roger McNamee, inversor de The Venture Capitalist, cuenta como durante los primeros años, los negocios de Facebook y Google se enfocaban en la venta de software y programas de desarrollo tecnológico. Ahora su modelo se basa, única y exclusivamente, en la venta de sus usuarios a anunciantes. Es decir, las redes sociales encierran modelos de negocio que compiten por nuestra atención.

La posibilidad de la existencia fructífera de este tipo de negocios se explica si colocamos a los usuarios como cúspide. Cuanto mayor sea el tiempo que se emplea frente a la pantalla, más datos se pueden recabar sobre las personas. Poseen más información en sus bases de datos de la que nosotros mismos sabemos, es un hecho sin precedentes.

Para conseguir esto, emplean la tecnología persuasiva, un diseño intencional con el que pretenden conseguir que se emplee más tiempo en las redes, utilizando lo que en psicología se conoce como refuerzo positivo intermitente. Cada vez que refresquemos nuestras pantallas, obtendremos nuevas imágenes afines a nuestras apetencias.

La mayoría de RRSS son de uso gratuito, dado que sus usuarios son el producto real que después venden a los anunciantes. Nuestra atención es su producto. Más concretamente, Janer Lanier (2020) desarrollador de realidad virtual y autor del libro, *The arguments to delete your social media accounts*, expone que;

[...]El producto es el cambio gradual, ligero e imperceptible en tu comportamiento y tu percepción. Es el único producto posible. Es lo único con lo que pueden ganar dinero, cambiar lo que eres, lo que piensas y como lo piensas, para direccionar tus necesidades [...] Es un cambio muy ligero, gradual. A cambio de dinero se puede cambiar el curso de los acontecimientos un 1% en la dirección que el cliente quiera. Es algo increíble, y vale grandes cantidades de dinero (cita extraída de Orłowski, 2020, min 14:29).

Con todo lo anterior, es visible el riesgo que conlleva para el destino político de una comunidad sabiendo que es posible incidir en los comportamientos u opiniones de un porcentaje de la población. Uno no necesariamente alto, sino suficiente para cambiar

la trayectoria orgánica de los sucesos. Una vez más, despunta el monopolio datos personales, en manos de grandes empresas.

Shosana Zuboff, profesora emérita de Harvard Business School, y autora de *The age of Surveillance capitalism*, expresa como esto es lo que cualquier empresa podría haber deseado. Un garante de que su producto tendrá éxito. El negocio se basa en la venta de certeza. Para esto se necesitan buenas predicciones, y todas ellas comienzan con un imperativo, la posesión de grandes cantidades de datos. Es un mercado nuevo, un mercado inexistente hasta la fecha, uno que comercia con futuros humanos a gran escala. Gracias a él, se han facturado billones de dólares haciendo que las empresas tecnológicas sean las más ricas en la historia de la humanidad (Orlowski,2020).

En estas líneas, se encuentra una explicación lógica al fenómeno de polarización política que pesa en el momento actual en el que todo se usa para construir un modelo de predicción cada vez más sofisticado. Las redes sociales estudian el tipo de emociones que te hacen reaccionar, o que videos hacen que sigas mirando. En otras palabras, se encierra al individuo en un espacio de comodidad ideológica, uno en el que sólo concurre contenido que ha sido diseñado en función de sus opiniones, convirtiendo las contrarias en algo desconocido u erróneo, la otredad. Este espacio, merma a la sociedad pues tiende puentes a las ideologías de extremos que radicalizan los conceptos políticos y sociales, implantando en los individuos la falsa idea de apoyo y certeza/verdad absoluta. Se proporciona a las comunidades una visión errónea del panorama real, ocultando las opiniones de aquellos que puedan disentir de nuestra opinión, quedando en espacios virtuales relegados a los que no accederemos, de acuerdo con el sesgo informativo que dirigen los algoritmos de predicción personales.

3.2.2 Institución de opinión publica libre. Autoritarismo vs. democracia en la guerra de datos.

La opinión pública libre es aquella que se desarrolla en un espacio público y de libertad de información. Los individuos, como parte de una comunidad elaboran visiones críticas sobre el entorno que les rodea. Se denomina libre porque intrínsecamente, la opinión así lo es. Mantiene una interrelación con las creencias, costumbres, emociones o tendencias políticas. Se comportan como pública cuando se

reúnen o conciertan oportunidades de actuación a favor de un interés general (Habermas,1973). Es una institución, “fundamento del pluralismo político y elemento básico de un sistema democrático”. STC 104/1986, de 17 de julio (RTC 1986/104). Se recoge en la Constitución última, en su Sección 1º *De los derechos fundamentales y de las libertades públicas* “1. Se reconocen y protegen los derechos; a) A expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas u opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier medio de producción”.

Las libertades de expresión y de información cumplen aquí una función esencial de preservación del principio democrático y del pluralismo ideológico al permitir a los ciudadanos formar sus propias opiniones y convicciones, su conciencia individual y colectiva acerca de hechos y acontecimientos, así como participar en la discusión social sobre asuntos de interés público.

Sin la garantía institucional de la opinión pública, se podría «poner en tela de juicio la base organizativa jurídica y política de cualquier Estado democrático y no se garantizaría (...) la ineludible protección de las minorías, como mecanismo institucionalizado para garantizar la disidencia o la heterodoxia» (Rodríguez García, 1998, p. 10). El cisma de la irrupción tecnológica y más concretamente de las redes sociales hacen tambalear este concepto, llevándonos al planteamiento de si la construcción personal de la opinión es verdaderamente libre, ya sea por la letanía de fuentes emisoras de información falsa o errónea, o por la propia información que recibimos de acuerdo con el sesgo ideológico, social o moral desde el que hemos sido analizados.

La opinión se basa en la subjetividad humana, el prisma desde él se visualizan las problemáticas generales. Es aquí donde radica el problema, cuando el objetivo del prisma no se enfoca de manera libre, sino direccionado por un algoritmo que reconoce tendencias emocionales. Se realiza un cambio de sentido en el que la información, noticia o producto buscan al individuo y no al revés, creando nuevas necesidades o pensamientos antes inexistentes en los sujetos. La posesión y utilización de datos se manifiesta una vez más como enemiga de la democracia (Amer y Noujaim, 2019).

Yuval Noah Harari (2018) historiador y autor del libro *Homo deus*, hace una interesante reflexión sobre la tecnología y el poder, y lo que significa una centralización de datos personales para la democracia como ideal. Para ello comienza exponiendo la

diferencia entre el concepto de nacionalismo y de fascismo. Para él los nacionalismos son importantes y necesarios, sin ellos sociedad habría vivido en una especie de caos tribal, pues las naciones no son más que comunidades de millones de extraños. El nacionalismo defiende que mi Nación es única y tengo obligaciones especiales con ella. Por el contrario, el fascismo enseña que la nación es suprema y que el ser humano tiene relaciones exclusivas con su Nación.

Por lo general las personas tienen varias identidades y lealtades por diferentes grupos; lealtad a un país, a la familia, a una profesión o la comunidad. Esto por su naturaleza, puede crear conflictos y complicaciones. El fascismo aparece para simplificar estas complicaciones, pues niega todas las identidades excepto la nacional, e insiste en el cumplimiento de los deberes sólo con la nación. Así, si mi nación requiere que sacrifique a mi familia o mi trabajo así será. Es esclarecedor cómo evalúa un fascista el arte, sólo siendo de su gusto aquello que sirve a los intereses del régimen.

No obstante, cuando se habla de los males del fascismo se hace de una manera ineficaz pues lo identificamos como un monstruo horrible, sin realmente caer en la cuenta de que lo seductor de éste es su camuflaje de apariencia hermosa. El fascismo hace que sus seguidores se sientan parte de lo más bello e importante del momento: su Nación. El *espejo fascista*, le hace a uno verse mejor de lo que realmente es, como ocurrió con Alemania, Rusia o Israel.

Todas estas reflexiones no pretenden augurar una repetición de la década de 1930, sin embargo, el fascismo y las dictaduras, podrían volver aunque con una forma mucha más acorde con las realidades tecnológicas del s. XXI.

En el pasado, la tierra era el activo más importante en el mundo. La política por consiguiente se disputaba su control. La dictadura, consistía entonces en que la tierra era propiedad de un solo gobernante, o una pequeña oligarquía. Así ha sucedido en la era moderna con las máquinas y la industrialización, aquí la dictadura significaría el control de la maquinaria por el gobierno o por una pequeña élite.

Ahora, la información está remplazando a la tierra y a las máquinas, y los datos son el activo más importante de la era actual. La política así se convierte en la lucha por el control de los flujos de datos, significándose una vez más la dictadura como el control de estos por el gobierno o por esa pequeña élite. Así es como aparece el mayor

peligro al que se enfrenta ahora la democracia actual, y es que la revolución en la tecnología de la información hará que las dictaduras sean más eficientes que las propias democracias.

Echando la vista atrás, la historia proporciona las bases para comprender esta teoría. Durante el siglo XX, la democracia y el capitalismo derrotaron al comunismo y al fascismo porque aquella, simplemente, era mejor a la hora de procesar la información a nivel global y poder, por consiguiente, tomar decisiones de manera más efectiva. Con la tecnología de aquel momento resultaba ineficiente tratar de concentrar demasiados datos y demasiada potencia en un solo lugar. Pero, con los avances tecnológicos experimentados en el siglo XXI, especialmente con el desarrollo y perfeccionamiento de la inteligencia artificial y el aprendizaje automático, el procesamiento de ingentes cantidades de datos e informaciones en un solo lugar se convierte en un instrumento muy eficiente

De esta manera, lo que era la principal desventaja en los regímenes autoritarios del s. XX se ha revertido y transformado en actualidad. en una de sus grandes ventajas. A esto, hemos de sumar el peligro que supone para la democracia la fusión de la tecnología con la biotecnología. Con una serie de algoritmos predictivos y un sistema externo, como son los gobiernos, la democracia tendrá dificultades para sobrevivir en un contexto de desarrollo como el que se avecina. Los algoritmos no predicen sólo nuestras decisiones, sino que son capaces de manipular nuestros sentimientos o nuestras emociones, y la democracia, al fin y al cabo, no se basa en la racionalidad humana, sino en los sentimientos que mueven a una población en un determinado momento. En los procesos electorales o referéndums se apela al sentimiento del individuo, no preguntan qué piensas, sino como te sientes respecto a una realidad concreta. De acuerdo con esto, si alguien puede manipular la visión humana de manera efectiva, la democracia se convierte en un espectáculo de marionetas dirigido por los algoritmos en manos de gobiernos o empresas.

Llegados a este punto, y volviendo al *espejo fascista*, vemos una vez más cómo el ser humano se ve respaldado y se siente parte de una realidad que han creado para él, aunque esta no se identifique con el mundo tangible. La única forma de combatir esta realidad, para aquellos que no poseen el control de sus datos, ni conocimientos sobre cómo gestionarlos, es el conocimiento de las propias debilidades y la apertura a la

pluralidad. El fascismo explota la vanidad y hace al ser humano verse mucho más bello, fuerte e inteligente de lo que realmente es, es su forma de seducción. Lo mismo ocurre con la polarización y el yugo de las tecnologías.

Al final la pregunta que nos persigue es siempre se repite: ¿quién controla nuestros datos, gobiernos o grandes empresas? La respuesta es clara: no importa si son gobiernos o grandes empresas transnacionales. En el caso de que fueran estas últimas entonces se identificarían con los propios gobiernos. A fin de cuentas, en la práctica esta diferencia es más aparente que real.

3.2.3 Origen. El éxito en las campañas de Donald Trump y Brexit. Cambridge Analytica y Facebook como agentes multinacionales. Resultados electorales: decisión de voto alterada.

La alarma social, críticas y procesos de investigación internacional sobre el fenómeno de desinformación en las redes, el uso de datos personales y su posterior uso para estrategias de tipo electoral se disparan tras colocarse el foco mediático sobre las elecciones estadounidenses de 2016 y el referéndum vinculante que afectaría el futuro de los ciudadanos de Reino Unido y a la comunidad europea.

Cambridge Analytica (CA) estuvo involucrada en ambos procesos electorales. Entre figuras públicas destacables aparece el nombre de uno de los principales inversores de la compañía, Robert Mercer, que más tarde se convirtió en uno de los donantes mayoritarios de la campaña de Donald Trump en junio de 2016 (Becerra, 2018).

Llegados a este punto, es interesante conocer que la matriz de esta empresa, el grupo SCL *Strategic Communication Laboratories*. Su junta directiva incluía a miembros de la clase dominante británica, exoficiales militares, contratistas de defensa y donantes importantes del Partido Conservador.

Se ocupaban según sus declaraciones, de la investigación conductual y la comunicación estratégica orientadas a provisión de datos, análisis y estrategias para organizaciones militares de todo el mundo. Entre sus participaciones destaca su contrato en 1999 para promover la figura del presidente Abdurrahman Wahid en Indonesia,

habiendo también participado en elecciones como las de Afganistán, Letonia, Ucrania, Nigeria o Kenia (Hyland,2018).

En 2016 Cambridge Analytica lideró dos campañas en las que obtuvo los resultados esperados: el triunfo de Donald Trump y el *leave* británico, concretamente. Llama la atención el hecho de que se permita a contratistas militares participar y actuar como consejeros de algunos de los políticos más importantes del momento, y lo peligroso que es para la frontera entre vigilancia doméstica e investigación de mercado convencional el que una compañía con clientela militar posea una enorme base de datos de ciudadanos de todo el mundo (Guimón, 2018).

Los datos que proporcionaron la victoria a estas campañas fueron obtenidos a través de la red social *Facebook*, que más tarde tuvo que responder sobre ciertas cuestiones ante la Cámara de los Comunes (Parlamento Británico), dada la dudosa ética y legalidad de sus acciones en relación con el referéndum del *Brexit*.

El intercambio de datos que tuvo lugar entre Facebook y Cambridge Analytica propició el perfeccionamiento de algoritmos de alta rigurosidad basados en estudios psicográficos a gran escala. El resultado, un conocimiento extremado sobre los comportamientos y emociones de la población, que permitió direccionar el voto de una pequeña parte de ésta a través de publicidad política e informaciones de dudosa veracidad que se planteaban en los espacios personales de los usuarios de esta red social. Marketing político personalizado que no deja rastro, pues el contenido que se presenta de forma individual a los usuarios de Facebook desaparece, sin quedar constancia si quiera en un historial o una mera posibilidad de rastreo (Cadwalladr, 2019).

El sonado caso sobre el uso de informaciones personales contenidas en ficheros digitales de usuarios de Facebook y terceros comienza a conocerse gracias a las investigaciones llevadas a cabo en 2018 por el diario norteamericano The New York Times y el británico The Observer (The Guardian), que pusieron a la gigante tecnológica contra las cuerdas

Tras la lectura de los artículos mencionados se evidencia el peso que las grandes empresas transnacionales, como son Facebook o Cambridge Analytica (CA), tuvieron en

dos de los procesos electorales de mayor seguimiento y envergadura de los últimos años (Cadwalladr y Graham-Harrison, 2018).

En base al trabajo de campo basado en entrevistas e investigaciones, el periódico *The Guardian* publicó varias afirmaciones contrastadas sobre las estrategias concretas que se llevaron a cabo primero, durante las elecciones europeas del *Brexit*, y más adelante durante las elecciones estadounidenses de 2016.

La colecta de datos personales de Facebook comienza entre 2014 y 2015, a manos de la empresa *Gobal Sciencie Research* fundada por Aleksandr Kogan, desarrollador de la aplicación “*thisismydigitallife*”. De acuerdo con las condiciones establecidas, los usuarios aceptaban realizar un estudio psicológico con fines académicos. Gracias a su participación se llevaban a cabo predicciones y análisis concretos sobre comportamientos poblacionales.

La aproximación de usuarios que interactuaron voluntariamente con la aplicación fue de 270.000. De esta manera se permitió el acceso a datos como su ubicación, género, cumpleaños, preferencias o históricos sobre su actividad en la red social. Sin embargo, el alcance de estos datos no afectó sólo a los propios usuarios sino que se recabó información también sobre terceros usuarios vinculados con aquellos que interactuaron con la aplicación de forma consciente. Es decir, perfiles que no aceptaron explícitamente los términos legales de la aplicación ni interactuaron con ella pero que aun así fueron objeto de estudio.

Es relevante exponer que esta práctica de acceso a terceros perfiles no era de carácter aislado, ni una concesión exclusiva a esta aplicación, “se trataba de una de las principales características de la plataforma de *Facebook* para que, desarrolladores y empresas afiliadas o asociadas a su modelo de negocio, obtuvieran accesos privilegiados a los datos personales de los usuarios mundiales de la corporación” (Vercelli, 2019 p.5). Esa red de contactos estima un alcance de 87 millones de usuarios (inicialmente se cifró entre los 50 y los 80 millones) de entre estos, 71 millones serían de nacionalidad estadounidense. No obstante, no son cifras del todo fiables, puesto que Facebook no quiso revelar esos datos en el momento de declaración ante las autoridades internacionales.

A pesar de la incertidumbre numérica que Facebook plantea tras el escándalo, resulta poco complejo dilucidar lo vasto del alcance de sus experimentos. Por un lado, Brittany Kaiser, ex empleada de *Cambridge Analytica*, declara ante el Parlamento Británico cómo Kogan llevó a cabo muchos otros cuestionarios de tinte similar. Él mismo, argumenta en una entrevista que existían ya decenas de miles de aplicaciones que funcionaban bajo estas condiciones, llegando incluso a afirmar que esta es una característica general en la plataforma de *Facebook*, y ni mucho menos un error aislado.

La práctica de acceso a datos de terceros se conocía bajo el apelativo “friend permissions”, diseñada para proporcionar un acceso simplificado a los datos de los usuarios para los desarrolladores de aplicaciones que ofrecían sus servicios a esta plataforma social.

Tras la recolección de datos que tiene lugar entre 2014 y 2015 A. Kogan negocia con Christopher Wylie (ex director de investigación de Cambridge Analytica y principal fuente de las informaciones reveladas a posteriori sobre las implicaciones de esta empresa en los procesos electorales mencionados). El resultado de esta conjunción será el sustrato principal sobre el que trabajó la empresa C.A para lograr que sus predicciones se convirtieran en auténticos acontecimientos, de acuerdo con las declaraciones ante la Comisión de Asuntos Digitales, Cultura, Medios de Comunicación y Deportes de la Cámara de los Comunes.

Dentro de la estrategia electoral pretendida, se combinaron los datos personales facilitados por Facebook con datos ya preexistentes (provenientes de otras encuestas o sondeos políticos) con el objetivo de alcanzar la máxima precisión posible, y crear perfiles fiables sobre los que aplicar sus modelos teóricos de comportamiento humano.

En sus declaraciones en la conferencia TEDx Carol Cadwalladr, redactora de *The Guardian*, afirma que las elecciones británicas del Brexit tuvieron lugar en *Facebook*. Publicidad política que se desvanece tras ser consumida e imposible de rastrear. De acuerdo con las investigaciones obtenidas y sus conversaciones con Christopher Wylie determina que la victoria del *leave* no se habría producido bajo ningún concepto, si no se hubieran utilizado las tretas que ahora se conocen y que han ensuciado la integridad del proceso. Wylie afirma rotundamente esta declaración en una entrevista para varios periódicos internacionales, y explica la importancia del 2% por

ciento que marcó la diferencia en la victoria del *Brexit*, “se gastó mucho dinero en publicidad a medida basada en los datos personales que *Facebook* proporcionó. Con esa cantidad de dinero se conseguirían miles de millones de impresiones”. Las incidencias sobre los grupos poblacionales son claras: “si te diriges a un grupo pequeño, podría ser definitivo. Si sumas todos los colectivos que hicieron campaña por el *Brexit*, era un tercio de todo el gasto [...] debe abrirse una investigación sobre los indicios de los partidos que gastaron más dinero de lo legalmente permitido.” “En un proceso democrático es inadmisibles el uso de estrategias de este calibre, la ciudadanía europea debe poder confiar en sus instituciones” (citas extraídas de Guimón, 2018).

La misma tesitura se presenta posteriormente en las elecciones estadounidenses. Basándose en los grupos de voto “dudoso” se centralizaron los esfuerzos en crear contenido que éstos pudieran consumir a través de sus redes sociales. Esta estrategia se basó en el análisis de los perfiles de casi 50 millones de estadounidenses, un porcentaje elevadísimo que ayudó a crear un algoritmos casi infalibles, si tenemos en cuenta que la información que se recoge desde los perfiles de Facebook se circunscribe a datos emocionales, gustos y preferencias que no necesariamente tienen que ver con la política.

Este no fue el primer proceso electoral de EE.UU en el que se pretendió utilizar la técnica basada en la psicografía, de hecho Ted Cruz o Ben Carson son algunos de los políticos que también se vieron respaldados por los servicios de la compañía *CA*. Incluso, puede considerarse que estos procesos electorales a menor escala fueron el “conejillo de indias” necesario para asegurarse más tarde la entrada en la Casa Blanca. Se perfeccionaron los algoritmos y se estudiaron fondo los comportamientos de votantes estadounidenses pertenecientes a sectores con tendencias políticas concretas. Cambridge Analytica dividió la población de Estados Unidos en 32 tipos de personalidad y se enfocó en 17 Estados descubriendo, por ejemplo, que preferir carros hechos en el país era un gran indicador de potenciales votantes por Trump. La decisión de enfocarse en las últimas semanas en Michigan y Wisconsin se adoptó en base al análisis de estos datos (Mejía,2020).

El cisma creado por las declaraciones de varios ex trabajadores de Cambridge Analytica y las investigaciones guiadas por grupos de prensa internacional llevaron, tras

muchos esfuerzos, a la empresa *Facebook* a comparecer ante varias instituciones internacionales que abrieron sus propios procesos a raíz de las pruebas presentadas por la prensa.

Mark Zuckerberg, presidente de la empresa multinacional *Facebook*, tuvo que dar explicaciones ante la Cámara de los Comunes sobre la fuga de datos que se produjeron durante las elecciones británicas y las violaciones a la privacidad de los usuarios que sus prácticas conllevaron en ese momento. Por otro lado, la Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos (FTC) tras realizar sus propias investigaciones y recabar varias declaraciones de trabajadores de la empresa *Facebook* determinó una multa de 5.000 millones de dólares como sanción por las malas prácticas que tuvieron lugar durante las elecciones de 2016, siendo esta la mayor multa jamás impuesta por la violación de la privacidad de los consumidores (BBC, 2019). En esta misma dirección se obliga a la compañía crear un comité independiente para temas de privacidad sobre el cual, el presidente de *Facebook* no pueda tener control.

A pesar de todo esto, las soluciones planteadas no cubrieron la expectativa general, el sector demócrata de EEUU declaró que esta medida era insuficiente pues no comporta restricciones reales al modelo de negocio de *Facebook* y ni mucho menos corrige los errores centrales que llevaron a estas violaciones. Rohit Chopra, comisionado Demócrata declara que esta multa “sólo otorgará inmunidad a la multinacional a la hora de rendir cuentas en un proceso futuro.” (cita extraída de BBC, 2010).

Estos dos casos evidencian el poder de la información y los datos en un contexto de sociedad informatizada. La ciudadanía sufre las consecuencias de su “ignorancia” ante la salvaguardia de sus derechos digitales, y sufre las consecuencias de un ritmo frenético de consumo de imágenes.

La regulación legal relativa al campo de los derechos digitales esta completamente obsoleta. Los acontecimientos se han desarrollado de una manera vertiginosa, y la desprotección del individuo en espacio online amenaza su libertad y facilita, como hemos podido cerciorar, que los intereses comunes sirvan a unos pocos. Las grandes fortunas podrán mantener el control sobre los procesos democráticos mientras los derechos digitales de los usuarios no ocupen un debate de interés público

que conlleve a una regulación concreta y sancionable a nivel penal universal y un tratamiento de la protección de datos cómo un auténtico derecho fundamental.

CAPÍTULO III

4. ASPECTOS JURÍDICOS.

4.1. Protección de datos personales e interdependencia con otros derechos.

Correspondencia con la libertad de expresión e ideológica.

La tesitura electoral en que se desarrollaron los acontecimientos de las elecciones de EEUU y Brexit dieron pie a la redacción de una Resolución del Parlamento Europeo. En esta resolución, del 25 de octubre de 2018, sobre el uso de datos de usuarios de Facebook por parte de Cambridge Analytica y el impacto en la protección de los datos, se clarificó que las estrategias basadas en las fugas de datos de carácter personal y el acceso concedido a perfiles de terceras personas sirvieron de manera inapropiada para la consecución de los fines políticos resultantes. La regulación de esta materia de carácter farragoso, complejo y cambiante ha estado presente antes de los sucesos a los que hacemos referencia, puesto que ya ocupó con anterioridad a las autoridades de protección de datos.

En 2005, se adapta durante la conferencia de Montreaux una resolución referente los usos de datos personales para la Comunicación Política. En este momento, ya fueron relevantes cuestiones como la realización invasiva de análisis de perfiles personales, entonces se llevaban a cabo clasificaciones necesarias para la obtención de resultados de tipo electoral. Para esto se intensificó la recolección de datos llegando ya por aquel entonces, las organizaciones políticas a acumular datos sobre actividades profesionales o de relaciones familiares. En definitiva, informaciones de carácter sensible.

Si bien el transcurso y desarrollo de esta prácticas no es algo nuevo, sí se convierte en un problema de dimensiones considerables cuando el *big data* irrumpe en este campo. La tecnología artificial amenaza a la esfera derechos reconocidos en nuestra Constitución, además de hacer cada vez más compleja la regulación de su protección. La marabunta tecnológica ha interrumpido y desnivelado los pilares de la democracia tendiéndose hacia un peligro real y manifiesto para los derechos fundamentales que esta asume.

Existen relaciones de interdependencia entre los derechos reconocidos en nuestra democracia, de hecho, algunos existen como importantes garantías para otros derechos fundamentales contenidos en nuestras leyes. El Tribunal Constitucional, se ha

manifestado en reiteradas ocasiones refiriéndose a esta relación entre derechos, y señalando, que el de protección de los datos personales cumple exactamente esta función respecto al de la vida privada y al de libertad de expresión e ideológica (RTC 1998\11; RTC 1998/33; RTC 1998/35; RTC 1998/45; RTC 1998/198; RTC 1999/44)¹.

El acceso a la información de tipo personal supone la confección de perfiles ideológicos, económicos o de cualquier índole cada vez más precisos. Las campañas de desinformación encuentran un espacio libre de actuación en ese contexto, las campañas publicitarias irán expresamente dirigidas a grupos concretos cada vez más y mejor segmentados. Todo esto se traduce en una patente vulneración indirecta de los derechos de expresión e información.

Es relevante puntualizar que estas dos libertades actúan no sólo como derechos fundamentales, sino también como garantías institucionales, es decir, instrumentos de los que se vale la democracia para protegerse (Llamazares, 1999). Como apareció en el capítulo anterior, la institución que se garantiza es la de opinión pública libre. Estas libertades en su dimensión objetiva cumplen la función de vehículos en nuestros sistemas, ya que proporcionan los puentes necesarios para la participación política. Son condición previa y necesaria para el ejercicio de otros derechos inherentes al funcionamiento de la democracia liberal. Median en el equilibrio entre poderes, contribuyen a los fines estatales y constituyen, como expone Soriano (1990) “un instrumento de control que tanto puede afectar al procedimiento de las tomas de decisiones como a la cualidad y legitimidad de las personas al frente de las instituciones políticas” (p.109).

La libertad de expresión e información son dos derechos reconocidos que a pesar de estar parcialmente hermanados, poseen diferencias notables. La primera tiene por objeto “la expresión de pensamientos, ideas u opiniones, concepto amplio en el que se deben incluir también creencias y juicios de valor”, como establece la STC 6/1998, de 21 de enero (RTC 1998/6).

¹ SSTC 11/1998, de 13 de enero (RTC 1998\11); 33/1998, de 11 de febrero (RTC 1998/33); 35/1998, de 11 de febrero (RTC 1998/35); 45/1998 de 24 de febrero (RTC 1998/45); 104/1998, de 18 de mayo; 198/1998 (RTC 1998/198), de 13 de octubre o 44/1999, 22 de marzo (RTC 1999/44).

El derecho y deber de información consiste en comunicar y recibir libremente información veraz; de acuerdo con esta configuración, la veracidad actúa como límite interno de este derecho. Es requisito constitucional y condición imprescindible para ejercer la libertad de información. No obstante, la rigurosidad y absoluta exactitud del informador no es de obligatoriedad, simplemente “se hace imprescindible una especial actitud del informador en orden a comprobar la veracidad de los hechos que expone mediante las oportunas averiguaciones, y empleando la diligencia exigible a un profesional (...), excluyendo invenciones, rumores o meras insidias” (RTC 1990/105)²

Estas dos libertades cumplen una función esencial para preservación de muchos principios democráticos como es, por ejemplo, el pluralismo ideológico que permite a los ciudadanos formar sus propias opiniones o convicciones en relación con los asuntos públicos, hechos o acontecimientos de interés general. Por todo esto “es importante que el ciudadano sea informado ampliamente, ponderando ideas diversas e incluso contrapuestas a su punto de vista” para poder participar de manera responsable en los asuntos mencionados (RTC 1986/159).³

Ni que decir tiene la importantísima relevancia que tienen todas estas cuestiones para la soberanía nacional, que establece que esta reside en el pueblo, del que emanan los poderes del Estado (art.12 CE). La salvaguardia de estas libertades encuentra su razón en la protección de la propia dignidad humana, la libertad de conciencia y el pluralismo político. En el contexto electoral todas estas acotaciones adquieren una importancia aún mayor, pues como se ha señalado ya el Tribunal Europeo de Derechos Humanos (TEDH), la libertad de debate político constituye la base de todo sistema democrático (TEDH 187/3; TEDH 1986/8).⁴

La libertad de expresión es una condición necesaria para garantizar la libertad del propio pueblo en la elección del poder legislativo. Así es razonable por obvio, caer en la cuenta de la necesidad de unas campañas electorales de transparencia que aseguren la libre circulación de opiniones e informaciones contrapuestas, sin trabas para la ciudadanía. Es necesaria la intervención del Estado para paliar el problema de la

² STC 105/1990, de 6 de junio (RTC 1990/105)

³ STC 159/1986, de 16 de diciembre (RTC 1986/159)

⁴ SSTEDH de 2 de marzo de 1987, caso Mathieu-Mohin y Clerfayt c. Bélgica (TEDH187/3) y de 8 de julio de 1986, caso Lingens c. Austria (TEDH 1986/8)

desinformación y el descontrol de los datos e informaciones que vagan por la redes, causando estragos cada vez mayores para el ideal de democracia, intereses y derechos individuales de la ciudadanía global. Puesto que el Estado social y democrático de Derecho debe “remover y promover las condiciones” (art.9) para que el ejercicio de los derechos sea real para todos.

Como expone la autora Rosa María García Sanz (2019) en su escrito, el problema ha de enfocarse desde una perspectiva correcta, aunque ciertamente compleja. No se trata de llevar a cabo una limitación en los derechos de la ciudadanía, puesto que es de alta complejidad regular estos procesos sin incurrir en la limitación de los derechos fundamentales de información y de expresión, aunque sea mínimamente. La importancia de una buena protección de los derechos digitales de las personas radica en aceptar que los datos personales son una parte integral de la digitalización de la sociedad, y en hacerse la preguntas correctas: cuáles son los riesgos que corren los datos personales, y cómo podemos asegurarnos de que son procesados y gestionados de una manera segura para la gente.

El entorno al que se dirige el legislador es un complejo ecosistema en el que interactúan una enorme cantidad de usuarios, comportamientos y objetivos. Este nuevo orden no corresponde con la naturaleza ni la lógica jurídica de los medios de comunicación social institucionalizados. En consonancia con el principio jurídico de no tratar igual a los desiguales, la opción de una imposición garantías y obligaciones equitativas para los usuarios privados (ciudadanía) y los medios de comunicación institucionales carecería de sentido. Acciones dirigidas al diseño y funcionamiento de los algoritmos e inteligencia artificial en general, sobre las plataformas de las empresas tecnológicas y algunas tras para revitalizar un periodismo de credibilidad, serían de provecho para promover el pluralismo político real.

4. 2. Regulación.

Se ha otorgado de manera general el rango de derecho, a la protección de los datos personales en los ordenamientos jurídicos que nos rodean. Concretamente en el sistema jurídico español posee el rango de derecho fundamental, reconocido por el Tribunal Constitucional a partir de la expresa referencia del art. 18.4 de la Constitución (Rallo Lombarte, 2018)

El ahora derecho fundamental de protección de datos personales comenzó como una mera especificación del derecho a la intimidad. No obstante, el Tribunal Constitucional tardó poco en reformar esta calificación dándole la naturaleza de fundamental autónomo. Los acontecimientos sociales y las continuas problemáticas hacen necesaria tal configuración, en pos de cumplir con el carácter de adaptabilidad y dinamismo de la ley.

Así se expresa el TC en su Sentencia 254/1993⁵, “nuestra CE ha incorporado una nueva garantía constitucional, como forma de respuesta a una nueva forma de amenaza concreta a la dignidad y a los derechos de la persona, de forma en último término no muy diferente a como fueron originándose e incorporándose históricamente los distintos derechos fundamentales. En el presente caso estamos ante un instituto de garantía de otros derechos, fundamentalmente el honor y la intimidad, pero también de un instituto que es, en sí mismo, un derecho o libertad fundamental, el derecho a la libertad frente a las potenciales agresiones a la dignidad y a la libertad de la persona provenientes de un uso ilegítimo del tratamiento mecanizado de datos, lo que la CE llama la informática”.

4. 2. 1. Ley Orgánica 3/2018 del 5 de diciembre de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

La ley orgánica a la que hacemos referencia entra en vigor el 7 de diciembre de 2018, tras su publicación en el BOE. La ley orgánica de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales tiene por objeto adaptar el ordenamiento jurídico español al Reglamento europeo de Protección de Datos, y complementar sus disposiciones. Reviste especial atención el nuevo conjunto de derechos digitales que garantiza en su Título X. A pesar de este añadido, no cabe duda de que el contenido esencial es la protección de datos como derecho fundamental (de ahí su carácter de Ley Orgánica) para adaptar el derecho interno a la nueva regulación europea sobre la protección de las personas en lo que respecta al tratamiento de sus datos y a la libre circulación de los mismos. Con la redacción de este Reglamento se cumple el objetivo

⁵ STC 254/1993, de 20 de Julio (RTC 1993/254).

del legislador europeo, que perseguía desde hace tiempo la uniformidad con relación a la regulación en materia de protección de datos.

Ya anteriormente existió un mediante la redacción de la Directiva 95/46/CE , sin embargo su finalidad armonizadora no fue suficiente y para superar este obstáculo se redacta el Reglamento, evitando la necesidad de pasar por un periodo de transposición a los ordenamientos de los diferentes Estados. La ausencia de transposición concede una aplicabilidad directa de la norma en los diversos ordenamientos jurídicos de la comunidad europea. No obstante, esto no viene a significar que estos no hayan aprobado sus propias normas para adaptar las directrices europeas a sus derechos internos. Es decir, mecanismos de aplicación basados en normas complementarias que harán efectivas las directrices contenidas en el ya citado Reglamento.

La adaptación al ordenamiento español del Reglamento se ha llevado a cabo mediante la aprobación de una LO 3/2018. Esta consta de noventa y siete artículos estructurados en diez títulos, veintidós disposiciones adicionales y, seis disposiciones transitorias, una disposición derogatoria y dieciséis disposiciones finales. En cuanto al alcance de la norma, abarca cualquier tratamiento total o parcialmente automatizado de datos personales, además de tratamientos no automatizados de contenidos o destinados a ser incluidos en un fichero. Así, la protección del derecho fundamental de protección de datos personales del individuo se ejercerá con arreglo a lo establecido en la presente normativa, Reglamento y Ley orgánica.

A continuación se llevará a cabo una breve exposición sobre el contenido de algunos los Títulos que estructuran la LO 3/2018:

Título I, relativo a las disposiciones generales. Como ya hemos indicado en líneas anteriores, su objeto es doble: adaptar el RGDP al ordenamiento y garantizar los derechos digitales al amparo del art. 18.4 de la CE. Incluye como novedad un apartado referente a los derechos de los fallecidos. De acuerdo con la redacción se permite que las personas vinculadas al fallecido por razones familiares o de hecho, o sus herederos, puedan solicitar el acceso a los mismos, así como su rectificación o supresión siempre y cuando el propio fallecido no lo hubiera prohibido expresamente. También podrán

ejercer estos derechos las personas o instituciones a las que el fallecido hubiese designado expresamente para ello.

El Título II se dedica a los *Principios de protección de datos*. Entre ellos destacan: *el de exactitud, confidencialidad* y el tratamiento basado en el *consentimiento*. En este sentido, la ley española establece la edad de 14 años para que el menor pueda prestar el consentimiento. Se considera lícito de acuerdo con el RGDP, el tratamiento de los datos personales de un niño que tenga 16 años de edad y haya consentido. Sin embargo, la edad puede variar de acuerdo con las normas de cada país, no pudiendo ser esta inferior a 13 años.

En el siguiente título, Título III se centra en los *Derechos de las persona* y consta de dos capítulos. El primer capítulo versa sobre el derecho de la transparencia en el RGDP, regulando el derecho de los afectados a ser informados acerca del tratamiento de sus datos. El segundo capítulo enumera el ejercicio de los derechos que colindan las actividades que comportan el uso de datos. El derecho de acceso, rectificación, supresión, oposición, limitación del tratamiento y portabilidad (art. 15 a 22 de RGDP a los que la LO remite).

El derecho al olvido se identifica ahora con el de supresión. Además, se añade a la tradicional lista, el derecho del interesado a obtener del responsable la limitación del tratamiento de sus datos y el llamado derecho a la portabilidad. De la misma manera, la norma impone la obligación del responsable del tratamiento de informar al interesado sobre los medios a su disposición para ejercer todos estos derechos. Medios que deben ser fácilmente accesibles para este (Martínez Rodríguez, 2018).

Los siguientes Títulos son el IV, relativo a las *Disposiciones aplicables a tratamientos concretos* y el *Título V, Responsable y encargado del tratamiento*, dirigido a adoptar las medidas de responsabilidad activa. En este sentido, la introducción de la responsabilidad activa comporta una importante novedad introducida por el Reglamento, pues pasa de un modelo basado en el control del cumplimiento a uno que descansa en el principio de responsabilidad. Se exige así, una previa valoración por parte del responsable de los datos cedidos.

El Título VI reservado para las normas aplicables a las *transferencias internacionales de datos*, simplemente se adapta lo previsto en el RGDP en esta

materia, pudiendo aprobar las autoridades de protección de datos modelos contractuales o normas corporativas vinculantes, como por ejemplo, supuestos de información previa.

El siguiente Título se ocupa en concreto de la regulación de estas *autoridades de protección de datos*: la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), las autoridades autonómicas de protección de datos, y la necesaria cooperación entre las autoridades de control.

Los siguientes dos Títulos hacen referencia a los procedimientos en caso de posible vulneración de la normativa de protección de datos refiriéndose al régimen jurídico, la iniciación y duración del procedimiento, la admisión a trámite de las reclamaciones etc. El número IX regula el *Régimen sancionador*, se tipifican diferentes conductas y se distinguen entre infracciones muy graves, graves y leves de acuerdo con las cuantías de las sanciones establecidas en el Reglamento.

Para terminar el Título X del que hemos hablado al comienzo de la exposición, incluye una serie de normas para garantizar los derechos digitales de la ciudadanía bajo la redacción de 19 artículos. Este Título, señala el preámbulo de la propia ley, “obedece a la necesidad de abordar el reconocimiento de un sistema de garantía de los derechos digitales que, inequívocamente, encuentra su anclaje en el mandato impuesto por el apartado cuarto del artículo 18 de la Constitución española. Todo ello en espera de una actualización de la Constitución a la era digital y de una nueva generación de derechos digitales de rango constitucional” (Martínez Rodríguez, 2018 p. 258)

El Título tiene por objeto de regulación derechos que cobran sentido en la Era digital, como son: la neutralidad en internet, el acceso a universal al mismo, derechos a la seguridad y educación digital (de gran importancia si se quiere paliar la desinformación de una forma efectiva), o la protección de menores en Internet. No son pocos los avances, pues se reconocen también el derecho al olvido en búsquedas de internet o el derecho a la intimidad y al uso de dispositivos digitales en el entorno laboral. En este ámbito se reconocen una retahíla de nuevos derechos: derecho a la desconexión digital, a la intimidad frente a dispositivos de video vigilancia y grabación de sonidos en el lugar de trabajo, derechos digitales de negociación colectiva o derecho a la intimidad ante sistemas de geolocalización.

La aplicación de la LO 3/2018 ha modificado puntualmente numerosas normas, como es de esperar. Algunas de ellas relativas a la LEC (Ley 1/2000), La ley 29/1998,

del 13 de Julio, reguladora de la Jurisdicción Contencioso-administrativa o la LO 6/1985, del 1 de Julio, del Poder Judicial, entre otras muchas. Con todo, de entre todas las modificaciones que ha presentado la aplicación de esta ley, destaca su incidencia sobre la LO 5/1985, de 19 de Junio, del Régimen Electoral General, en concreto la introducción del artículo 58 bis relativo a la utilización de medios tecnológicos y datos personales en las actividades electorales. Este precepto viene a autorizar la recolección de datos personales relativos a opiniones políticas a manos de los partidos políticos en el marco de sus actividades de campaña y electorales bajo el condicionante de que se ofrezcan las garantías adecuadas para los usuarios de la red. No obstante estas garantías no aparecen especificadas, lo que termina una vez más en una desprotección sino total parcial, del individuo ante el manejo de sus datos y su intimidad. Antes de su aplicación el precepto ya suscitó críticas, generándose polémicas y una alarma social por la posible indebida utilización de los datos, algo perfectamente loable como se ha podido comprobar. Todo esto hace centrar los esfuerzos en no perder de vista la aplicación de esta norma, teniendo en cuenta el alcance de las técnicas *big data* que ya han liderado ya otros escándalos de corte similar.

5. CONCLUSIONES

Tras el conjunto de reflexiones encadenadas que suscita la problemática planteada, es preciso presentar una serie de conclusiones realistas y cohesionadas, que ayuden a realizar un análisis personal sobre el uso que uno mismo hace de sus datos. Considerar hasta que punto podemos ser conscientes de los fines a los que servimos con nuestras acciones en la comunidad online y actuar en consecuencia es el primer paso para enfrentar el propósito de aquellos que los controlan.

Si algo ha quedado claro, es que hasta la fecha no somos dueños de nuestros datos, y por ende tampoco de nuestras decisiones. Las grandes empresas invierten enormes cantidades de dinero para cubrir necesidades que ellos mismos han creado a través del estudio de nuestros perfiles. Se ha plantado la semilla de una idea que germina en la mente humana y que reviste una peligrosidad extrema, pudiendo desembocar todo esto en una auténtica catástrofe social, si es que eso no se puede considerar ya.

Acontecimientos electorales como los planteados en los anteriores apartados son claros indicios de un declive de la autonomía personal y una auténtica amenaza a las democracias del mundo. Todo esto sin dejar de lado la polarización social que presenta la comunidad global, resultado de los filtros burbuja que los algoritmos dirigen a los concretos sectores de usuarios. Es un completo retroceso para la sociedad contemporánea, pues identifica la diversidad como enemiga y facilita los discursos de odio y las reticencias entre grupos de cualquier índole (políticos, religiosos, corporativistas, raciales...) Todo esto no se reduce sólo al estrato político, sino al social, económico, laboral e incluso al de las propias relaciones personales y familiares.

El plano de la ciudadanía es comparable a un espectáculo de marionetas, que creen tener el control de sus acciones y decisiones. Sin embargo esto es algo que se aleja de la realidad. El ritmo frenético del sistema de capital hace imposible un control sobre la producción de información, puesto que los usuarios son continuas fuentes de creación y consumo de datos.

El papel de las grandes empresas impone un modelo de conducta cuyo desligue puede suponer para el individuo una desconexión total del mundo real. El alcance de la tecnología es tan vasto que no es posible imaginar la cotidianeidad fuera de un contacto, aunque sea mínimo con ella.

Llegados a este punto parece clara la imposibilidad de un conocimiento a nivel usuario, del alcance o manejo que se hace de los datos. El ritmo vertiginoso y la inteligencia de desarrollo artificial están en continua movilización, lo que hace complicado que las regulaciones y protecciones de nuestros derechos que los ordenamientos tratan de adaptar no se queden obsoletos o resulten ineficaces.

El desconocimiento es la debilidad que nos caracteriza y el arma principal de las grandes tecnológicas y aquellos que conocen las reglas del juego, por todo esto es de primordial abogar por una mayor presencia pública de los científicos y un diálogo exhausto con la comunidad que representan. El diálogo fluido entre el conocimiento científico y los responsables de elaborar las políticas será un paso importante para paliar la dificultad a la que se enfrenta la ciudadanía universal.

6. BIBLIOGRAFÍA

- AMER, K & NOUJAIM, J. (directoras). (2019). El gran Hackeo. [cinta documental]. Netflix Originals. Recuperado de: <https://www.netflix.com/search?q=brexi&jbv=80117542>
- Barron, J. (1974). *KGB: the secret work of soviet secret agents*. Nueva York: Bantam Books.
- BAUMAN, Z, y LYON. (2013). *Vigilancia líquida*. Traducción de Alicia Capel Tejer. Barcelona, España: Ediciones Paidós.
- BECK, U. (2002). El poder de la impotencia. GIRALDO ISAZA, F.(comp.). *Pánico en la globalización*, pp.140-156. Recuperado de: <http://www.esi2.us.es/~mbilbao/pdf/ubeck.pdf>
- BURGUEÑO, JM. (2020). *Noticias falsas en la antigüedad: Las fake news, una compañía peligrosa a lo largo de la historia*. National Geographic. Recuperado de: https://historia.nationalgeographic.com.es/a/fake-news-compania-peligrosa-a-largo-historia_15349
- BYUNG-CHUL, H. (2013). *La sociedad de la transparencia*, Herder, Barcelona.
- CADWALLADR, C and GRAHAM-HARRISON, E. (27-03-2018). Reveled 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach. *The*

Guardian. Recuperado de: <http://freestudio21.com/wp-content/uploads/2018/04/50-million-fb-profiles-harvested-by-cambridge-analitica.pdf>

Cadwalladr, C. (2019). Facebook's role in Brexit- and the threat to democracy [vídeo online]. Conferencias TEDx. Recuperado de: https://www.ted.com/talks/carole_cadwalladr_facebook_s_role_in_brexit_and_the_threat_to_democracy/up-next

CAVES, R. (1996). *Multinational enterprise and economic analysis*. Recuperado en resumen de: <https://economistasfrentealacrisis.wordpress.com/2013/08/17/multinacionales-crecimiento-economico-y-pobreza/>

CÓRDOVA, A. (2014). Antonio Gramsci: la cultura y los intelectuales. *La jornada semanal*.

Craig, T., y Ludloff, M. (2011). *Privacy and Big Data*, O'Really. Sebastopol (California) p. 4.

DABAT, A.; HERNÁNDEZ, J. y VEGA, C. (2015). *Capitalismo actual, crisis y cambio geopolítico global*. Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?>

DE RIVERA, J.(2017). *Guía para entender el neoliberalismo*. Recuperado de: <https://blogs.publico.es/el-cuarto-poder-enred/2017/02/01/guia-para-entender-el-neoliberalismo/>

DEL FRESNO GARCÍA, M. (2019). Desórdenes informativos: sobreexpuestos e infrainformados en la era de la posverdad. *El profesional de la información (EPI)*, 28(3). Recuperado de: <http://profesionaldelainformacion.com/contenidos/2019/may/fresno.html>

DELEUZE, G. (1992). *Postscript on the Societies of Control*. Octubre. vol. 59 (pp. 3-7).

ESCALANTE, F. (2017). *Senderos que se bifurcan. Reflexiones sobre neoliberalismo y democracia*. Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/eunam/v15n44/1665-952X->

FAYANAS ESCUER, E. (22-02-2015). *¿Por qué el neoliberalismo provoca desigualdad?* Recuperado de: <https://www.nuevatribuna.es/articulo/economia/neoliberalismo-provoca-desigualdad/20150222122252112779.html>

FERNÁNDEZ, M.A. (2014). La expansión del rumor en los medios digitales. En F. Sabés, F. y J.J. Verón (Eds.), Universidad, Investigación y Periodismo digital (pp.19-36). Aragón: Asociación de Periodistas de Aragón.

GARCÍA SANZ, R. M. (2019). The complicated relationship between the institution of Public Opinion and the public communication processes on the Internet: Fakes news challenging constitutional guarantees. *Revista De Derecho Político*, 1(106), 77–104. Recuperado de: <https://doi.org/10.5944/rdp.106.2019.26148>

Gartner .(2017). Predicciones Tecnológicas para el 2018. Recuperado de <https://gtnr.it/2ljsDMv>

GONZÁLEZ, M. A. (2019). *Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información*. Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación 45 (pp. 29-52). Recuperado de: https://institucional.us.es/revistas/Ambitos/45/Mon/Fake_News-desinformacion_en_la_era_de_la_sociedad_de_la_informacion_.pdf

Habermas, J. (1982). *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili.

HARARI, Y.N. (2018). Why fascism is so tempting and how your data could power it? [vídeo online]. Conferencias TEDx. Recuperado de : https://www.ted.com/talks/yuval_noah_harari_why_fascism_is_so_tempting_and_how_your_data_could_power_it?language=es

JACQUARD, R. (1988). *La desinformación: una manipulación del poder*. Madrid: Espasa.

JANÉ, C. (2018). El MIT descubre cómo detectar de forma automática las noticias falsas. Recuperado de <https://bit.ly/2U9HqGf>

KEANE, J. (2013). *Democracy and media decadence*. Cambridge: Cambridge University Press.

LLAMAZARES CALZADILLA, M.A C., *Las libertades de expresión e información como garantía del pluralismo político*, Civitas-Universidad Carlos III de Madrid, 1999, especialmente pp. 43 ss.

MIZRAHI, D.(2018). *Cómo operó Cambridge Analytica en el Brexit: la otra elección manipulada con los datos de Facebook*.

MONBIOT, G.(2016). *Neoliberalismo: la raíz ideológica de todos nuestros problemas*. Recuperado de: https://www.eldiario.es/theguardian/Neoliberalismo-raizideologicaproblemas_0_511299215.html

OLSEN, N. (2019). Cómo el neoliberalismo reinventó la democracia. *Nueva sociedad*. Julio-Agosto 2019 (Nº 282). Recuperado de: <https://nuso.org/articulo/como-el-neoliberalismo-reinvento-lademocracia/#footnote-3>

ORLOWSKI, J. (2020). (Director). *El dilema de las redes* [Película; video online]. Netflix Originals. Recuperado de: <https://www.netflix.com/watch/81254224?trackId=13752289&tctx=0%2C0%2C93695829b5731ff3079ce9c6d767cacf58b25666%3A26d7334ff0987d2d5cb18fa78308b412bf244c78%2C93695829b5731ff3079ce9c6d767cacf58b25666%3A26d7334ff0987d2d5cb18fa78308b412bf244c78%2Cunknown%2C>

ORTIZ LÓPEZ, P. (2010). *Redes sociales: funcionamiento y tratamiento de información personal*, en Rallo Lombarte, A., y Martínez Martínez, R. (coord.); *Derecho y redes sociales*, Civitas, Madrid, p. 24.

PARELLADA, R. (2008). *El gobierno es el problema*. Recuperado de: <https://independent.typepad.com/elindependent/2008/10/elgobierno.html>

Relación de poder. (s.f.). *Wikipedia*. Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Relaci%C3%B3n_de_poder

RALLO LOMBARTE, A. (2018). De la libertad informática a la constitucionalización de nuevos derechos digitales. *Revista de derecho político*. UNED. (100) p. 639-669. Recuperado de: <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/174502/57602.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

RODRÍGUEZ ANDRÉS, R. (2018). *Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales*. Ediciones complutense: *Historia y comunicación social*. 23(1), pp 231-244. Recuperado de: <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/26906>

ROMERO RODRÍGUEZ, L. (2013). “Hacia un estado de la cuestión de las investigaciones sobre desinformación/misinformación”. En *Correspondencias & Análisis*, nº 3, p. 319-342.

ROUSSEAU, J. (1762). El contrato social. Recuperado en resumen en PDF de: <https://www.monografias.com/trabajos101/el-contrato-social-rousseau/el-contrato-social-rousseau.shtml>

RUBIO, D. (2017). *La política de la posverdad*. *Política Exterior*, 31(176), 58-67. Retrieved July 7, 2021. Recuperado de: <http://www.jstor.org/stable/26451910>

Soriano, Ramón. (1990). *Las libertades públicas*. Tecnos, Madrid, p. 109.

TORRES, M. Y LORENZO, A. (2018). Fake News: cifras y soluciones de un fenómeno global. Recuperado de <https://bbva.info/2TEjv1s>

TORRES, R. M. (2005). Sociedad de la información. *Sociedad del conocimiento*, pp. 1-9.

VAN DIJCK, J. (2009). Users like you? Theorizing agency in user-generated content. *Media, Culture & Society*, 31(1), 41–58. Recuperado de: <https://doi.org/10.1177/0163443708098245>

VERCELLI, A. (2019). Facebook Inc. - Cambridge Analytica: (un)protection of personal data and global disinformation campaigns. *Electronic Journal of SADIO (EJS)*, 18(2), 57-70. Recuperado a partir de <https://ojs.sadio.org.ar/index.php/EJS/article/view/146>

WACQUANT, L. (2010). *El gobierno neoliberal de la inseguridad social*. Recuperado en PDF de: <http://wscielo.org.mx/pdf/esprial/v20n57/v20n57a7.pdf>

WARDLE, C. (2018). *Information Disorder*. Part 3: Useful Graphics. Recuperado de <https://bit.ly/2wjjRAx>