



**UNIVERSITAT
JAUME·I**

**Facultad de Ciencias Humanas y Sociales
Departamento de Filosofía y Sociología**

**MÁSTER INTERUNIVERSITARIO: Ética y Democracia
Universitat Jaume I y Universitat de València**

TRABAJO FIN DE MASTER

TÍTULO: La vigilancia en la democracia monitorizada. La irrupción del big data

PRESENTADO POR: Carlos Saura García

DIRIGIDO POR: Dr. Ramón A. Feenstra

ÍNDICE

Introducción.....	5
1. Democracia monitorizada.....	9
1.1. Una nueva forma de democracia	10
1.2. Nacimiento y evolución de la democracia monitorizada.....	12
1.3. El fenómeno de la monitorización	14
1.4. La democracia monitorizada como modelo democrático	19
2. La esfera comunicativa de la democracia monitorizada.....	25
2.1. La nueva galaxia mediática.....	26
2.2. El lado oscuro de la nueva galaxia mediática	30
2.3. La decadencia mediática: los problemas de internet.....	31
2.4. Big data: pérdida de privacidad y monopolización de internet.....	33
2.4.1. Pérdida de la privacidad	35
2.4.2. La monopolización de internet.....	38
3. Los efectos del big data sobre la democracia	43
3.1. Manipulación política	43
3.2. Democracia vigilada: el caso de Cambridge Analytica	52
3.2.1. Campaña electoral del Brexit	56
3.2.2. Campaña electoral de Donald Trump.....	58
3.3. La democracia monitorizada en contraposición con la democracia vigilada	62
Conclusiones.....	69
Bibliografía.....	73

Introducción

La temática de este Trabajo Final de Máster trata sobre las principales tendencias nocivas de la revolución de la comunicación y como estas perjudican a la democracia monitorizada. Dentro de estas tendencias nocivas, profundizaremos especialmente en los asuntos vinculados con la vigilancia y extracción de información de la vida privada de las personas para la manipulación de la sociedad. A lo largo del trabajo se pretende reflexionar sobre cómo afectan la decadencia mediática, la utilización de nuevas técnicas de manipulación dentro del actual contexto tecnológico y el uso del *big data* para vigilar e influir a la ciudadanía en los sistemas democráticos de nuestras sociedades y cuáles pueden ser sus consecuencias futuras para las democracias.

La constante efervescencia tecnológica y comunicativa que vive nuestra civilización está estimulando múltiples cambios en el espectro social y político de nuestras sociedades (Keane, 2013). El término democracia monitorizada, desarrollado por John Keane en su libro *The life and death of democracy* (2009), hace referencia a la transformación de los sistemas democráticos como consecuencia de los procesos de supervisión, seguimiento y escrutinio realizados por la ciudadanía hacia los centros de poder gracias a los avances de la revolución comunicativa (Keane, 2009c). Las innovaciones introducidas por el desarrollo de las tecnologías de la comunicación y de la información han abierto nuevas posibilidades. La revolución tecnológica ha provocado una reconfiguración del escenario de la comunicación, los medios tradicionales siguen teniendo una posición dominante en el panorama comunicativo, pero han aparecido nuevas plataformas de comunicación e innovadoras formas de interacción e interrelación comunicativa (Feenstra et al., 2016; Miguel De Bustos y Izquierdo-Castillo, 2019). Aunque la democracia monitorizada surgió mucho antes que la aparición de internet y sus diversas posibilidades, esta forma de democracia necesita las redes de información digitales, los grandes flujos de información y la constante e inmediata conexión comunicativa proporcionada por internet para funcionar de forma óptima.

La revolución comunicativa ha otorgado novedosas herramientas a la ciudadanía (Keane, 1999, 2002, 2009c, 2009b). Gracias a las posibilidades de la interactividad multilateral, al aumento de la información y al incremento de la capacidad investigadora, la ciudadanía ha desarrollado una nueva forma de participación política en la que realiza una monitorización constante de las instituciones, expresa sus opiniones y denuncia la falta de transparencia o la ocultación de información (Feenstra et al., 2016). Pero no

podemos obviar que estas innovaciones en el ámbito de la comunicación también han sido, y están siendo, utilizadas por los poderes fácticos y por los vastos imperios mediáticos para poner en marcha una industria de la vigilancia a nivel global (Zuboff, 2019). Este proceso de vigilancia está basado en la recopilación de información de la vida privada de las personas para analizarla y utilizarla con finalidades manipulativas dentro de la propia opinión pública (Suárez Gonzalo, 2019). Esta forma de actuar da lugar a un mundo en el que los poderes fácticos y las grandes corporaciones son los que toman las grandes decisiones, inculcan a la ciudadanía la manera de pensar y hacen que la capacidad de participar e influir de la ciudadanía en los sistemas democráticos disminuya. La coyuntura creada por estos procesos provoca una situación que limita las libertades de los ciudadanos y amenaza el buen funcionamiento de las democracias.

Para poder estudiar de una forma adecuada las tendencias negativas causadas por la revolución comunicativa en la sociedad y en la democracia, es importante afianzar varios conceptos. En primer lugar, es necesario conocer los pormenores de la democracia monitorizada, saber cuáles son sus mecanismos de funcionamiento y entender cuáles son las estructuras que sostiene este nuevo modelo democrático. En segundo lugar, profundizar en el análisis de la nueva galaxia mediática propiciada por las innovaciones tecnológicas y los problemas derivados de una utilización de esta destinada a la vigilancia y la manipulación de la ciudadanía. Por último, entender la actual situación de hiperconectividad y control constante en la que viven las sociedades del mundo y analizar cuáles son las consecuencias nocivas que este fenómeno puede causar al funcionamiento de la propia sociedad y del sistema democrático.

Estructuraremos los contenidos de este trabajo en tres capítulos diferentes. El primer capítulo lo dedicaremos a explicar y desarrollar el concepto de democracia monitorizada. En un primer momento, expondremos las características principales de esta nueva forma de democracia, su vinculación con la revolución comunicativa y cuáles son los cambios que ha introducido en el sistema democrático. Analizaremos cuales fueron los hechos que dieron lugar a esta transformación política y cuál ha sido su evolución a lo largo del tiempo. Diferenciaremos las diversas modalidades de monitorización básicas dentro de la democracia monitorizada. Profundizaremos en las nuevas tendencias que ha introducido la democracia monitorizada en el ejercicio del poder político y en el fenómeno de la representación.

El segundo capítulo está dedicado al estudio de la esfera comunicativa de la democracia monitorizada. En el primer apartado, expondremos la nueva galaxia mediática y sus características. También subrayaremos la importancia de la abundancia comunicativa y la aparición de internet, estos son los elementos esenciales de esta nueva galaxia y son fundamentales para el funcionamiento actual de la democracia monitorizada. En la segunda sección, nos centraremos en la decadencia mediática y en la utilización de la nueva galaxia mediática con finalidades nocivas para la sociedad y la democracia. La decadencia mediática pone en peligro los efectos positivos de la democracia monitorizada y produce conductas dañinas para el correcto funcionamiento de los sistemas democráticos. Finalmente en la tercera sección, profundizaremos en el uso de la nueva galaxia mediática por parte de las grandes empresas de internet con el propósito de vigilar y manipular a la población. La utilización del *big data* y la minería de datos por parte de estas empresas, sumado a las endeble barreras de privacidad de las nuevas tecnologías provoca un clima de constante vigilancia sobre las actividades y la vida privada de las personas (Zuboff, 2015; Antunes y Maia, 2018).

El último capítulo está destinado a analizar la manipulación social y política realizada a partir del *big data* y a visualizar de forma práctica la utilización de estas técnicas en procesos electorales. Primeramente, explicaremos la utilización del actual contexto de vigilancia para manipular a la sociedad y afectar directamente a la opinión pública a partir de publicidad personalizada y la difusión de información sesgada y de dudosa veracidad. A continuación, expondremos el caso práctico de la empresa Cambridge Analytica y la utilización de técnicas de manipulación electoral en importantes contiendas electorales. Para realizar este propósito, tomaremos como referencia el referéndum de permanencia del Reino Unido en la Unión Europea de 2016 y las elecciones presidenciales estadounidenses del 2016. La elección de estas dos convocatorias electorales se debe a que son las primeras en las que se ha introducido la utilización de la ingeniería de datos para estudiar las características del electorado de forma masiva. A lo largo de esta sección nos centraremos en el clima de constante vigilancia que ejercieron las grandes empresas y los poderes fácticos sobre la ciudadanía y de qué forma afectó a estas votaciones. Por una parte, expondremos los mecanismos utilizados para crear una gran red de vigilancia capaz de examinar las actividades y la forma de pensar de miles de personas de estos dos países. Por otra parte, llevaremos a cabo una reflexión sobre la manipulación de la sociedad a partir de la introducción de información y contenidos personalizados y

sesgados en la esfera pública. Analizaremos la influencia que tiene este fenómeno en la opinión pública y las consecuencias que este hecho supone para el buen funcionamiento de la democracia.

Los objetivos fundamentales del trabajo son los siguientes:

1. Realizar un análisis de la evolución de la democracia monitorizada
2. Poner de manifiesto los problemas de la democracia monitorizada causados por la decadencia mediática y la utilización de la nueva galaxia mediática para manipular a la sociedad.
3. Examinar la utilización del *big data* en el campo de la política y profundizar en el análisis de sus consecuencias en la opinión pública y la democracia
4. Reflexionar sobre los efectos negativos de la llamada democracia vigilada para las sociedades y para los sistemas democráticos

1. Democracia monitorizada

El término «democracia monitorizada» fue acuñado y presentado por John Keane en su obra *The life and death of democracy* (2009), esta nueva noción nace con el fin de subrayar las transformaciones que están sufriendo los procesos políticos que dan lugar al supuesto final del modelo representativo de la democracia. La democracia monitorizada hace referencia al creciente papel de los procesos monitorizadores que escoltan a la representación como consecuencia de la expansión de un gran número de mecanismos examinadores de poder potenciados por las nuevas posibilidades ofrecidas por la revolución comunicativa (Keane, 2009c; Feenstra, 2012a). En español el término «monitorizar» se utiliza para describir el proceso de examinación de contenidos y hace referencia al acto de vigilar o seguir a algo o a alguien por medio de un monitor (Feenstra et al., 2016). El argumento principal de la propuesta de John Keane se centra en que a partir de la segunda guerra mundial se ha producido un alejamiento del modelo de la democracia representativa y se ha llevado a cabo una aproximación hacia un nuevo formato de democracia en el que la monitorización se está convirtiendo en el centro del proceso político democrático.

El concepto de democracia monitorizada expone una novedosa propuesta dentro del campo de la teoría política en la que se examina el fortalecimiento de la sociedad civil debido a la proliferación de múltiples agentes de monitorización. John Keane reconoce que la propuesta de democracia monitorizada está basada en el concepto de «monitorial citizens» desarrollado por Michael Schudson en su obra *The good citizen. A history of the American civic life* (1999) (Feenstra, 2013). Schudson (1999) señalaba que se estaba empezando a crear un modelo de ciudadanía en el que esta está cada vez más alerta de los abusos de poder y de los posibles fallos del sistema democrático.

Al mismo tiempo que John Keane esbozaba la noción de democracia monitorizada, otro académico llevaban a cabo una tesis similar como es el caso de la contrademocracia de Pierre Rosanvallon (Rosanvallon, 2015). En su obra *La contrademocracia: la política en la era de la democracia* (2006), Pierre Rosanvallon expone que la:

[...] contrademocracia no es lo contrario de la democracia; es más bien una forma de democracia que se contrapone a la otra, es la democracia de los poderes indirectos diseminados en el cuerpo social, la democracia de la desconfianza organizada frente a la democracia de la legitimidad electoral (Rosanvallon, 2015, p.27)

Esta cita nos muestra que la forma de democracia que propone Pierre Rosanvallon conforma un nuevo sistema democrático junto a las instituciones democráticas legales. El

objetivo de la contrademocracia es poner en marcha acciones y procedimientos que aseguran que los centros de poder son fieles a sus compromisos y realizan un servicio para el bien común de la población. Para conseguir estos objetivos este modelo de democracia se apoya en tres mecanismos de control como son: la vigilancia, la denuncia y la calificación. La propuesta de la contrademocracia y la de la democracia monitorizada guardan grandes similitudes. Ambas buscan reforzar y mejorar el sistema democrático basado en la representación y las elecciones por medio de mecanismos que empoderen y permitan participar a la ciudadanía: la democracia monitorizada por medio de la monitorización y la contrademocracia a partir de los mecanismos de vigilancia, denuncia y calificación.

Actualmente el mundo está sufriendo un gran cambio histórico que nos está llevando a una nueva forma de democracia (Keane, 2011). La democracia monitorizada es una nueva forma de vida en la que existen una gran cantidad de instituciones de control dedicadas a observar en todo momento la utilización que hacen los gobernantes de su poder arbitrario. Este nuevo modelo de democracia provoca una permanente lucha entre los ciudadanos y los representantes para la consecución de la transparencia, la prevención de prácticas de dudosa legalidad o la exposición pública de las decisiones políticas (Keane, 2009b). Pasaremos ahora a analizar los pormenores de la democracia monitorizada.

1.1. Una nueva forma de democracia

John Keane aporta esta definición sobre la nueva forma de democracia que está sustituyendo la representación por la monitorización:

La democracia monitorizada es una nueva forma histórica de democracia, una clase de política «posparlamentaria» definida por el rápido crecimiento de muy diferentes tipos de mecanismos extraparlamentarios, mecanismos examinadores de poder. Estos organismos monitorizadores se afianzan sobre los ámbitos «nacionales» del gobierno y de la sociedad civil, así como en espacios transfronterizos controlados en su día por imperios, estados y organizaciones empresariales. En consecuencia, toda la arquitectura de autogobierno está cambiando. El control de las elecciones, los partidos políticos y los parlamentos sobre las vidas de los ciudadanos es cada vez menor. La democracia viene a significar algo más que la celebración de elecciones, pero nada menos¹ (Keane, 2009c, p.688-689)

La democracia monitorizada se entiende como una nueva forma política afianzada en varias regiones del planeta caracterizada por la aparición y expansión de un gran número de mecanismos examinadores del poder de carácter extraparlamentario que producen

¹ Traducción extraída de *La democracia monitorizada en la era de la nueva galaxia mediática. La propuesta de John Keane* (Feenstra, 2012a, p.77).

alteraciones en la estructura tradicional de la democracia representativa, dando lugar a cambios en la importancia de los diferentes protagonistas del sistema político. Los partidos políticos, las elecciones y el parlamento se mantienen como elementos esenciales para el funcionamiento de la democracia, pero pierden cierto protagonismo (Keane, 2009c).

La aparición de heterogéneas iniciativas de la ciudadanía y de la sociedad civil centradas en monitorizar a los poderes de la sociedad, como son las movilizaciones ciudadanas organizadas a través de las redes sociales o la denuncia y protesta pública de sectores de la población frente a actuaciones y decisiones políticas son ya una normalidad en el contexto democrático actual (Keane, 2002, 2009c, 2013). La expansión de los mecanismos dedicados a la monitorización del poder, tanto en el espacio gubernamental como en el de la sociedad civil y tanto a nivel local como a nivel internacional, construye una nueva forma de democracia en la que la ciudadanía no solamente interviene por medio de la celebración periódica de elecciones, sino que mediante las nuevas herramientas de participación y de monitorización los ciudadanos son capaces de influir constantemente sobre el poder. Estas circunstancias provocan un empoderamiento de los agentes de la sociedad civil y los colocan como una pieza fundamental para el funcionamiento de la democracia monitorizada. La pérdida de importancia de los partidos políticos, los parlamentos y las elecciones se debe principalmente a dos causas (Feenstra, 2012a). La primera de ellas es la pérdida de legitimidad de las instituciones y los partidos políticos como consecuencia de la incapacidad para representar los problemas e intereses de la sociedad. La segunda es el aumento de las capacidades de la ciudadanía para monitorizar las acciones realizadas por el poder. La democracia monitorizada ha dado lugar a una ampliación de las posibilidades de participación de los ciudadanos en la política y ha dejado de lado las propuestas elitistas en las que las élites políticas se disputan los votos de unos ciudadanos que solamente participan en política a la hora de ir a votar cada cierto tiempo, como es el caso de la propuesta de Schumpeter (Schumpeter, 1958). En este nuevo sistema, además de votar de forma esporádica, el ciudadano se apropia de la capacidad de supervisar las decisiones tomadas por sus representantes, avisar cuando algo falla o quejarse cuando alguna cosa no le guste. La representación va acompañada por una monitorización constante por parte de la sociedad civil que permite inspeccionar al poder en todo momento (Keane, 2002).

Los mecanismos de monitorización tienen en común el propósito de reforzar la capacidad de incidir de una ciudadanía periférica que examina minuciosamente a los principales centros de poder (Keane, 2011). Cada uno de los agentes monitorizadores tienen unos objetivos específicos. Unos se centran en examinar y refutar decisiones políticas concretas adoptadas por gobiernos o parlamentos, otros analizan la utilización de los bienes públicos que hacen los representantes, mientras que un último grupo se dedica a vigilar las actividades de los poderes fácticos y las personalidades de la sociedad civil (Feenstra, 2012a). Existen múltiples diferencias entre las atribuciones y la influencia de las diferentes maneras de monitorización, pero a pesar de esta diversidad, todos ellos comparten el objetivo de suministrar información a la ciudadanía y mantener controlados a los centros de poder. La finalidad de estas formas de monitorización es la de crear «un gobierno paralelo de públicos» (Keane, 2002), y así reforzar la influencia de la ciudadanía para evitar que la democracia sea controlada por unas élites sociales que toman las decisiones de espaldas a la ciudadanía. Este nuevo tipo de democracia introduce una cultura de la supervisión realizada por un gran número de organismos independientes, extraparlamentarios y frecuentemente no elegidos, que actúan desde dentro, debajo y desde más allá de los límites de las fronteras de los estados (Keane, 2011). El avance constante del proceso de globalización e interconectividad mundial han provocado una alteración del espacio geográfico de los sistemas democráticos. La creación y expansión de un conjunto de engranajes de monitorización transfronterizos producen que los mecanismos de control de las instituciones no queden limitados solo al nivel nacional. Este hecho genera la supresión de las barreras entre lo nacional y lo extranjero, y lo local y lo global, dando lugar a un tejido mundial de monitorización de los centros de poder (Feenstra, 2010b).

1.2. Nacimiento y evolución de la democracia monitorizada

John Keane considera que el surgimiento de la democracia monitorizada se produjo tras la Segunda Guerra Mundial (1945), en aquel momento nacieron un centenar de nuevos tipos de entidades desconocidas hasta la fecha, destinadas a examinar a los centros de poder (Feenstra, 2010a). La aparición de esta nueva forma de democracia se vincula con el incremento de un conjunto de agentes de monitorización que han sido utilizados desde el final de la Segunda Guerra Mundial hasta la actualidad. Entre dichos agentes John Keane distingue una amplia variedad de mecanismos heterogéneos como son: jurados populares, asambleas bio-regionales, presupuestos participativos, consejos de

asesoramiento, grupos de discusión, conferencias de consenso, teach-ins, asambleas ciudadanas, auditorías democráticas, conferencias de *brainstorming* (lluvia de ideas), consejos de conflictos de intereses, asociaciones globales de parlamentarios contra la corrupción, las innovaciones de la democracia India “Banyan”, las agencias de prueba del consumidor y los consejos de consumidores, las peticiones online, los clubes y las cafeterías de democracia, la vigilia pública, los asedios pacíficos, los protestivals, los sondeos deliberativos, y un largo etcétera (Keane, 2009c). Este conjunto de mecanismos dedicados al debate y a la examinación, han logrado extender una cultura de participación y votación ciudadana en los procesos de monitorización realizados sobre los individuos y corporaciones encargadas de tomar decisiones, además de introducir nuevos conceptos en la política como son la gobernanza participativa, la democracia deliberativa y los *stakeholders* (Keane, 2009b).

La justificación del modelo democrático expuesto por John Keane además de su metodología y de sus instrumentos se realiza por medio de una interpretación histórica de los hechos (Feenstra, 2010a). Este análisis de los hechos permite al autor constatar los cambios producidos en el sistema y en la sociedad, y la aparición de un nuevo formato de democracia. John Keane expone diversos ejemplos para mostrar la existencia de la democracia monitorizada y evidenciar un hecho poco observado por la ciudadanía: la transformación de la democracia representativa en una nueva democracia basada en la monitorización.

John Keane aporta dos ejemplos históricos en los que se puede observar como la ciudadanía fue capaz de cambiar el panorama político sin tener en cuenta los mecanismos que la democracia representativa tiene destinados para este propósito. Estos dos ejemplos hacen referencia a la proclamación de dos decretos aprobados en Estados Unidos durante los años sesenta: el Decreto de Derechos Civiles de 1964 y el Decreto de Derecho de Voto de 1965. El primero de ellos eliminaba la discriminación racial en el empleo, la educación y los edificios públicos, y el segundo, eliminaba los impuestos locales, la prueba de alfabetismo y otras restricciones impuestas para poder votar. Los dos decretos fueron un gran avance en la lucha contra el racismo y la consecución de la igualdad, y se consiguieron gracias al esfuerzo colectivo y a la presión que ejerció directamente la ciudadanía sobre las normas discriminatorias, los partidos y las instituciones no tuvieron nada que ver con la aparición de estas acciones. Los ciudadanos impulsaron estas demandas desde sus trabajos y desde sus actividades en la vida diaria y los mecanismos

monitorizadores hicieron posible que estas peticiones se transmitieran a la esfera política y social estadounidense (Keane, 2009c).

Con el paso de los años el escrutinio público ha ido en aumento debido a la multiplicación de los agentes monitorizadores y se ha ampliado hacia un gran número de temas políticos. Se han consolidado tendencias que han posibilitado un nuevo periodo en el que las manifestaciones ciudadanas (como es el caso del movimiento 15-M y la Primavera Árabe), las denuncias públicas de abuso de poder y las peticiones online (por medio de la utilización de plataformas como *Change.org*, *Avaaz*,...) y también los procedimientos de filtración de información secreta de los grandes centros de poder políticos y económicos (como por ejemplo las acciones realizadas por Wikileaks) (Feenstra, 2013). En el siguiente punto nos centraremos en el significado de la monitorización, analizaremos los procesos monitorizadores que existen en la actualidad y expondremos los diferentes campos de monitorización.

1.3. El fenómeno de la monitorización

El significado del concepto monitorizar aplicado a la democracia monitorizada guarda un doble sentido (Feenstra et al., 2016). Por una parte, engloba la noción de procesos de escrutinio público, y por otra parte, recoge la acepción de monitor como aparato audiovisual. Este doble sentido posibilita la observancia y permite que esta se realice por medio de diversos aparatos audiovisuales. Podemos decir que la monitorización es un proceso que favorece la ampliación de los procesos políticos más allá de los procesos electorales y que su presencia está creciendo rápidamente en las democracias desarrolladas del mundo (Feenstra et al., 2016). El fenómeno de la monitorización ha hecho posible que las demandas políticas de la sociedad se amplíen y también ha producido un incremento de los representantes de estas, estos representantes son personas elegidas en las elecciones realizadas periódicamente o actores de la sociedad civil que se dedican a la defensa de intereses específicos (García Marzá, 2013). El aumento de las demandas políticas y la aparición de múltiples representantes han ampliado los intereses y las voces dentro del escenario político (García Marzá, 2013).

La amplia gama de mecanismos monitorizadores produce que estos sean muy heterogéneos y tengan unas estructuras, formas y objetivos muy diversos. Feenstra (2010b) expone que a pesar de sus múltiples diferencias todos tienen tres elementos en común:

- Suministrar a los ciudadanos una mejor información y una mayor cantidad de puntos de vista sobre el funcionamiento y las decisiones tomadas por los gobiernos y las grandes empresas
- Potenciar un conjunto de estándares públicos y normas éticas destinadas a la lucha contra la corrupción y a la consecución de buenas prácticas en la toma de decisiones en los gobiernos democráticos y en múltiples escenarios
- Fortalecer la influencia, la diversidad de las opiniones y las decisiones de la ciudadanía en los temas que les afectan directamente

Se pueden identificar tres grandes campos en los que se organiza la monitorización dependiendo de la organización y los actores que la fomenten: estos son la monitorización gubernamental, la monitorización compartida y la monitorización cívica (Feenstra y Casero-Ripolles, 2014; Feenstra et al., 2016). La primera de ellas está vinculada con las instituciones gubernamentales, la segunda está caracterizada por la cooperación entre instituciones gubernamentales y actores de la sociedad civil y la tercera se trata de la monitorización que ejercen los propios ciudadanos y la sociedad civil. La principal diferencia entre estos tipos de monitorización es el espacio donde se efectúa, pero también observamos importantes diferencias en el tipo, la forma y los ámbitos de monitorización.

La monitorización gubernamental es una forma de monitorización llevada a cabo por las instituciones gubernamentales con el propósito de escrutar los elementos básicos de la democracia como son la independencia de la justicia, los derechos humanos, el acceso a la información, etc. (Munck, 2006). Dentro de este tipo de monitorización encontramos un conjunto de organizaciones heterogéneas que desarrollan su actividad en distintos niveles como son el global, el nacional o el regional. La aparición de internet ha supuesto un gran avance para este tipo de monitorización y ha posibilitado una mayor difusión de información y un incremento de la transparencia.

La monitorización compartida está basada en la cooperación entre la sociedad civil y las instituciones gubernamentales para potenciar los procesos de escrutinio público, su principal foco de examinación es el sistema de representación y sus elementos esenciales (Feenstra et al., 2016). Los principales casos de escrutinio de este tipo de monitorización son la observación y control de los procesos electorales y la incorporación de nuevos procesos de participación procedentes de la sociedad civil. Dentro de los procesos participativos destacan los presupuestos participativos, esta iniciativa ha evidenciado ser una excelente forma de cooperación entre la ciudadanía y los representantes políticos.

La monitorización cívica es aquella que procede de la ciudadanía y la sociedad civil como consecuencia del aprovechamiento de las numerosas posibilidades del nuevo escenario comunicativo digital (Feenstra et al., 2016). Este tipo de monitorización se centra en la denuncia de abusos de poder, de falta de transparencia y de posibles fallos dentro del sistema democrático (Feenstra y Casero-Ripolles, 2014). La monitorización cívica destaca por tratarse de un tipo de monitorización vinculado con la participación de la ciudadanía y por provocar una reformulación de los movimientos participativos en el entorno digital. Según Feenstra y Casero-Ripolles (2014) y Feenstra et al. (2016) existen cuatro tipos de monitorización cívica diferentes:

- La función del *watchdog*
- La extracción y la filtración de información secreta u oculta
- La ampliación de voces: nuevas formas de periodismo
- La extensión de la representación

La función del *watchdog* consiste en examinar las actuaciones realizadas por los centros de poder políticos y por las grandes empresas, poniendo de manifiesto las injusticias, los abusos y las malas prácticas (Feenstra y Casero-Ripolles, 2014). La fiscalización se erige como el concepto clave de este tipo de monitorización cívica. Este tipo de escrutinio es una pieza fundamental para el correcto funcionamiento de las instituciones y organizaciones de la sociedad. Hasta la llegada de la revolución tecnológica provocada por el nacimiento de internet, este tipo de monitorización ha sido una de las funciones tradicionales del periodismo (Casero-Ripolles, 2008). Uno de los grandes ejemplos del trabajo periodístico en este campo es el caso Watergate. La aparición del fenómeno de internet y sus múltiples innovaciones ha supuesto un gran cambio para la realización de este tipo de monitorización.

Aunque, tradicionalmente, la función de *watchdog* ha sido atribuida al periodismo, actualmente su acción se extiende más allá de sus fronteras. En el panorama actual, cualquier individuo u organización puede potencialmente poner en práctica esta tarea gracias a las tecnologías digitales que han roto el monopolio del periodismo sobre el escrutinio público de los centros de poder. Ahora los ciudadanos o los colectivos de la sociedad civil pueden erigirse en protectores y guardianes frente a la ineficiencia y la injusticia denunciando a través de Internet y los medios sociales las prácticas ilegales o inmorales del sistema político y económico. (Feenstra et al., 2016, p.41)

Esta cita nos muestra cómo ha evolucionado este tipo de monitorización a lo largo del tiempo. La nueva red comunicativa propiciada por las nuevas tecnologías de la comunicación ha posibilitado que los ciudadanos corrientes se puedan especializar en extraer información, examinar las acciones de los responsables políticos, realizar

informes o difundir información. Estas nuevas posibilidades han motivado la creación de plataformas de monitorización de centros de poder y la aparición de la monitorización de carácter esporádico. En la monitorización esporádica se investiga y se debate sobre cuestiones particulares por medio de la colaboración ciudadana.

La extracción de información oculta y la revelación de secretos es otro tipo de monitorización cívica. La filtración es el concepto clave de esta forma de monitorización. La finalidad de esta es alertar sobre malas prácticas y abusos de poder, poner de manifiesto actividades corruptas e impulsar la transparencia (Feenstra y Casero-Ripolles, 2014). Para conseguir este propósito se han desarrollado espacios seguros para que los reveladores de secretos (los también llamados *whistleblowers*) sean capaces de filtrar contenidos sin que exista la posibilidad de ser detectados. La proliferación de plataformas de denuncia como consecuencia de la aparición de internet ha aumentado el número de filtraciones, este hecho ha dado lugar a la difusión pública de una gran cantidad de información interna de gobiernos y empresas. Dentro de los casos de monitorización basada en la revelación de secretos y la extracción de información destaca el caso de WikiLeaks. WikiLeaks se define como una plataforma vinculada al espacio virtual de internet que pretende reducir la corrupción, afianzar una democracia fuerte y conseguir una mejor sociedad para todo el mundo (Feenstra, 2012a). Sus acciones más destacadas han sido la difusión de documentos secretos de las guerras de Afganistán e Iraq y la divulgación de información secreta de la Secretaria de Estado de los Estados Unidos.

La consolidación de nuevas formas de periodismo es otra de las formas de este tipo de monitorización. Las nuevas tecnologías digitales han posibilitado el nacimiento de un conjunto de canales de circulación de noticias alternativos diferenciados de los tradicionales medios de comunicación. Estos nuevos formatos comunicativos potencian el fenómeno de la monitorización por medio de la difusión de información (Feenstra et al., 2016). Casero-Ripolles (2010) expone que las élites políticas y periodísticas están dejando de monopolizar la información y gracias a internet está apareciendo un escenario informativo mucho más competitivo y abierto. La multiplicación de actores informativos en la red permite la divulgación de temas que no aparecen en la agenda pública e imposibilita el silenciamiento de noticias (Feenstra y Casero-Ripolles, 2014). La difusión de información y la amplificación de la agenda pública se han afianzado como nuevas formas de monitorización cívica destinadas a empoderar a la sociedad civil y limitar el poder de los grandes conglomerados informativos.

La proliferación de los nuevos personajes informativos gracias a internet se puede englobar en dos grandes grupos: los medios alternativos y el periodismo ciudadano (Feenstra et al., 2016). Los medios alternativos son canales independientes destinados a la creación y difusión de información que no se divulga en los medios de comunicación tradicionales o que no se le da la suficiente cuota mediática. La principal particularidad de estos es que mantienen una independencia respecto a los poderes económicos y políticos. Estas características provocan que estos nuevos medios realicen un trabajo de constante monitorización. El periodismo ciudadano surge a partir de las nuevas posibilidades que ofrecen internet y las redes sociales (Facebook, Twitter, You Tube,...) y hace posible que los ciudadanos se conviertan en creadores y divulgadores de noticias (Fernández-Armendáriz, 2013). Las nuevas tecnologías facilitan que la ciudadanía pueda difundir contenidos de forma inmediata para denunciar injusticias, malas prácticas y abusos de los poderes políticos y económicos. Este nuevo formato de difusión de información da lugar a procesos de monitorización cívica que visibilizan problemas hasta el momento ocultos para los ciudadanos. Harlow (2012) plantea que la aparición y la promoción del periodismo ciudadano también ejercen efectos positivos sobre la participación política gracias a un mayor activismo y movilización ciudadana.

La extensión de la representación más allá de los parlamentos es el último tipo de monitorización cívica. Esta forma de monitorización trata de conducir la representación de la ciudadanía más allá de los debates parlamentarios y supone un importante cambio en la tradicional concepción de la representación (Feenstra y Casero-Ripolles, 2014). El principio esencial de la representación «una persona, un voto, un representante» se sustituye por un nuevo principio «una persona, numerosos intereses, numerosas voces, múltiples votos, múltiples representantes» (Keane, 2009c). Este nuevo fenómeno monitorizador promueve la aparición de múltiples representantes que defienden ciertos problemas e intereses específicos, pero que no han sido escogidos en ninguna contienda electoral. Los personajes de la sociedad civil que ejercen este nuevo papel de representación son tanto individuales como colectivos, en ambos casos la monitorización se centra en la defensa de los intereses de los ciudadanos como en el escrutinio de la actividad política (Feenstra et al., 2016). Durante los últimos años, las movilizaciones ciudadanas 15M y Occupy Wall Street han sido los fenómenos de expansión de la representación más destacados. Estos movimientos destacan por ser no violentos, apartidistas y organizarse de forma online. La utilización de internet, las redes sociales y

las nuevas tecnologías de la comunicación se convirtieron en uno de los pilares fundamentales de estas movilizaciones (Serrano, 2014). Las múltiples innovaciones introducidas por internet en las sociedades han facilitado la interconexión de ciudadanos con intereses similares y ha estimulado la participación política y la formación de nuevos activismos (Harlow, 2012).

Una vez expuestos y analizados el fenómeno de la monitorización y los diversos campos en los que se organiza la monitorización en la actualidad, pasaremos a centrarnos en los cambios que estos procesos han causado en la representación y en los procesos políticos. En la siguiente sección compararemos el modelo de democracia monitorizada con la democracia representativa y estudiaremos las transformaciones causadas en los sistemas democráticos por la monitorización.

1.4. La democracia monitorizada como modelo democrático

La estructura de la democracia representativa está basada en la representación, las instituciones y las elecciones, estos tres elementos son los pilares fundamentales del sistema. La representación hace posible acotar las competencias y los ciclos de las personas que ocupan cargos electos en las instituciones y permite asegurar la influencia de las personas gobernadas en la formación del poder político de las sociedades actuales. Los sindicatos y los partidos políticos son los organismos que vinculan a la ciudadanía con los centros de poder. Los parlamentos tienen la función de representar los intereses y las opiniones del pueblo, además de ser los centros de discusión de leyes y de controlar las decisiones que toma el gobierno. Por último, las elecciones periódicas posibilitan que la ciudadanía elija a los gobernantes que los van a representar. Los medios de comunicación también juegan un importante papel externo para que el sistema funcione correctamente, los medios son los encargados de crear una ciudadanía crítica que sea capaz de juzgar a la clase política en las elecciones.

La democracia representativa y sus mecanismos garantizan en todo momento unas correctas condiciones democráticas, pero a este modelo también se le plantean algunos problemas como: la limitada capacidad de influencia de la ciudadanía más allá de las elecciones representativas, la erosión de la esfera pública como espacio de deliberación sobre asuntos públicos, la distancia creciente entre la clase gobernante y la ciudadanía y la escasa capacidad de controlar al poder por parte de los ciudadanos (Feenstra y Welp, 2019). John Keane pretende resolver la limitada capacidad de influencia de la ciudadanía

y su escasa capacidad de control del poder a partir de la utilización del valor democratizador de los múltiples mecanismos de monitorización que hoy en día existen en nuestras sociedades.

Existen algunas diferencias entre la monitorización y la representación, pero hay que tener en cuenta que la monitorización no tienen ninguna intención de hacer desaparecer a la representación, ni de superarla (Tormey, 2015): la monitorización acompaña a la representación pero en ningún caso la sustituye (Feenstra, 2012a). “[...] del mismo modo que las democracias representativas conservaron las antiguas asambleas, la democracia monitorizada conserva las asambleas legislativas, los partidos políticos y las elecciones”² (Keane, 2009c, p.697). Esta frase de John Keane pone de manifiesto la centralidad de los partidos políticos, los parlamentos y las elecciones dentro de este nuevo sistema democrático. La democracia monitorizada centra sus esfuerzos en amplificar, desarrollar y mejorar la calidad de las instituciones, las votaciones y la representatividad (Keane, 2011). Los procesos de monitorización se llevan a cabo sobre estos tres elementos para vigilarlos y controlar sus niveles de calidad. Los nuevos contextos producidos por la monitorización y las innovaciones tecnológicas han dado lugar a una ampliación del tradicional principio de representación.

El número y la variedad de instituciones monitorizadoras crece tanto que apuntan a un mundo donde la antigua norma de «una persona, un voto, un representante» es sustituida por el nuevo principio de democracia monitorizada: «una persona, numerosos intereses, numerosas voces, múltiples votos, múltiples representantes».³ (Keane, 2009c, p.691)

Los intereses y las demandas de las personas se han multiplicado y han originado una amplia red de representantes que se dedican a defender estas causas (Feenstra, 2013). Este grupo de representantes está formado tanto por personas elegidas en las urnas como por personajes de la sociedad civil dedicados a la defensa de intereses específicos. La representación y las votaciones se han visto amplificadas en la democracia monitorizada, en este modelo de democracia las jornadas electorales periódicas siguen teniendo una importancia fundamental, pero ya no son la única cosa que importa (Feenstra, 2012a).

Los componentes fundamentales de la democracia representativa se mantienen y se refuerzan en la democracia monitorizada gracias a los procesos de monitorización, además esta nueva forma de democracia se caracteriza por la ampliación de la rendición

² Traducción extraída de *La democracia monitorizada en la era de la nueva galaxia mediática. La propuesta de John Keane* (Feenstra, 2012a, p.94)

³ Traducción extraída de *La democracia monitorizada en la era de la nueva galaxia mediática. La propuesta de John Keane* (Feenstra, 2012a, p.95).

de cuentas de los políticos hacia la ciudadanía en ocasiones múltiples y espontáneas (Keane, 2013). Feenstra (2012) describe esta situación exponiendo que: “Los ciudadanos y la sociedad civil se erigen como una espina clavada continuamente sobre el flanco político al monitorizar constantemente sus acciones” (p.96). Los representados han ampliado el abanico de opciones para sancionar las actuaciones fraudulentas y las malas prácticas de sus representantes, los castigos ya no solo se aplican en las urnas, sino que se pueden efectuar en múltiples situaciones. La aplicación de procesos de monitorización vinculados a la representación permite empoderar a la ciudadanía y hacen posible que los ciudadanos tengan voz y voto en más ocasiones (Keane, 2009c). Respecto a la combinación de los procesos monitorizadores y la representación dentro del sistema democrático Ramón Feenstra concluye:

La representación sigue teniendo un espacio básico pero no único, puesto que la acompañan los procesos de monitorización que se realizan desde una ciudadanía y una sociedad civil atenta a lo que sucede en el escenario político, y vigilante de la calidad de los procesos de toma de decisiones y del ejercicio del poder. El desarrollo de casos de monitorización implica que el grado de ejercicio político de la ciudadanía puede verse incrementado e implica una mayor transferencia de poder hacia la base del sistema democrático. No obstante esto no supone el traspaso de todo el peso del poder hacia la ciudadanía y la sociedad civil, ni tampoco demanda una participación directa en asuntos políticos. (Feenstra, 2012a, p.98)

Este fragmento muestra la trascendencia de la representación dentro del sistema democrático y resalta la importancia de los cambios introducidos por la monitorización. Los procesos monitorizadores permiten aumentar la implicación política de los ciudadanos y de la sociedad civil y hacen posible que el poder del pueblo se vea consolidado y reforzado (Feenstra et al., 2016). La democracia monitorizada produce una ampliación y evolución de las dinámicas políticas que causa un desplazamiento del poder político desde los gobernantes hacia la ciudadanía y la sociedad civil, pero hay que destacar que esta acción no da lugar a una participación directa de los ciudadanos en los asuntos políticos, sino a un aumento de su influencia (Feenstra, 2012a).

El modelo de la democracia monitorizada mantiene los elementos básicos de la democracia representativa (representación, partidos políticos, elecciones periódicas y parlamentos) y les añade un conjunto de procesos de monitorización que refuerzan el funcionamiento de estos mecanismos (Keane, 2009c). Este nuevo modelo democrático intenta aumentar la capacidad de influencia de la ciudadanía, lograr una mayor transparencia y examinar al poder y poner de manifiesto sus abusos (Feenstra, 2012a). Respecto a la participación ciudadana, la democracia monitorizada reclama compromiso y activismo político pero en menor medida que las propuestas de democracia participativa

(Feenstra, 2013). Podemos concluir este análisis de la democracia monitorizada exponiendo que aunque en múltiples ocasiones nos refiramos a ella como “modelo de democracia”, la democracia monitorizada no es un verdadero modelo democrático, ya que no establece procesos propios de selección de autoridades ni de toma de decisiones, sino que su objetivo es controlar procesos ya establecidos en el sistema añadiendo mecanismos capaces de supervisar estos procedimientos sin buscar reemplazar las instituciones existentes (Feenstra y Welp, 2019)

El objetivo de este capítulo ha sido exponer de forma clara y esquemática la definición, el funcionamiento y la estructura de la democracia monitorizada y de sus elementos vinculados, como son los procesos de monitorización y los procesos políticos. En este primer capítulo hemos realizado una presentación de la democracia monitorizada y de sus principales características. En la primera sección, hemos introducido los conceptos de democracia monitorizada y monitorización. En la segunda sección, se explica el nacimiento y la evolución de este modelo de democracia. Se profundiza en los factores que permitieron la aparición de la democracia monitorizada y en cómo estos han ido cambiando a lo largo del tiempo. En el tercer apartado, nos centramos en el fenómeno de la monitorización. Hemos expuesto que función tienen los procesos de monitorización, que similitudes hay entre los diversos procesos y en cuantos grupos podemos dividirlos. Diferenciamos tres grandes grupos de monitorización diferentes: la monitorización gubernamental (realizada por las instituciones), la monitorización compartida, (basada en la cooperación entre la sociedad civil y los gobiernos) y la monitorización cívica (llevada a cabo por la sociedad civil). La cuarta y última sección, nos ha servido para exponer los problemas de la democracia representativa y poner de manifiesto los cambios introducidos en el sistema democrático por la democracia monitorizada. En este punto hemos destacado que los componentes fundamentales de la democracia representativa se mantienen en el formato de democracia monitorizada y además se ven reforzados por los procesos de monitorización.

A lo largo de este primer capítulo nos hemos centrado en la democracia monitorizada y sus pormenores, pero en ningún momento hemos hablado de la esfera comunicativa que hace posible la existencia de la democracia monitorizada. Una pieza fundamental para el funcionamiento de la democracia monitorizada y la potenciación de unos mecanismos democráticos respaldados por las dinámicas de monitorización ha sido el nuevo contexto comunicativo, la denominada nueva galaxia mediática. En el próximo capítulo

analizaremos la nueva galaxia mediática y los problemas vinculados a esta. En la primera parte del próximo capítulo, expondremos la vinculación entre la nueva galaxia mediática y la democracia monitorizada y destacaremos la importancia de internet en este nuevo contexto comunicativo. También profundizaremos en el fenómeno de la abundancia comunicativa y en los efectos que esta causa en la ciudadanía y en la democracia. En la segunda parte del próximo capítulo, expondremos el concepto de decadencia mediática, este concepto hace referencia a los problemas relacionados con la nueva galaxia mediática. Finalmente, nos centraremos en el tema del *big data* y examinaremos los problemas que el análisis de datos masivos comporta para la ciudadanía, en especial la pérdida de la privacidad y la monopolización de internet.

2. La esfera comunicativa de la democracia monitorizada

La transformación del sistema democrático hacia un nuevo formato en el cual la monitorización se consolida como un nuevo mecanismo de escrutinio hacia los gobiernos y los gobernantes se debe en gran medida a las nuevas oportunidades proporcionadas por la nueva galaxia mediática por medio de las innovaciones comunicativas y los nuevos canales de comunicación (Feenstra, 2013). La aparición de la democracia monitorizada y sus múltiples instrumentos examinadores de poder no se puede explicar como consecuencia de una única tendencia. John Keane expone que el surgimiento de esta es el resultado de la aparición de múltiples condicionantes como son: las movilizaciones ciudadanas, las campañas de defensa de los derechos humanos, el crecimiento de organizaciones y la aparición de internet, entre otras muchas cosas (Keane, 2009c). No obstante, las nuevas opciones que proporciona la nueva galaxia mediática sobresalen por encima de las demás. John Keane considera que se puede establecer una vinculación directa entre los modelos históricos de comunicación y los sistemas políticos:

Ninguna explicación sobre la democracia monitorizada sería creíble sin tener en cuenta el modo en que las nuevas instituciones mediáticas están conformando el poder y el conflicto. Imaginémoslo de la siguiente forma: la democracia basada en la asamblea de la antigua Grecia pertenecía a una era dominada por la palabra hablada, respaldada por leyes escritas sobre papiro y piedra, y por mensajes transportados a pie, o empleando el burro y el caballo. La democracia representativa brotó en la era de la cultura de la imprenta –el libro, el panfleto y el periódico y mensajes telegrafados o enviados por carta- y cayó en crisis durante el advenimiento de los tempranos medios de comunicación de masas, especialmente la radio, el cine y (en su infancia) la televisión. En cambio, la democracia monitorizada está ligada estrechamente al crecimiento de las sociedades saturadas por medios de comunicación múltiples. Sociedades cuyas estructuras de poder son continuamente “mordidas” por instituciones monitorizadas que operan dentro de una nueva galaxia de medios de comunicación definida por el *ethos* de la abundancia comunicativa.⁴ (Keane, 2009c, p.737)

Esta cita pone de manifiesto que la nueva galaxia mediática desempeña un papel fundamental dentro del modelo de democracia monitorizada. También muestra la conexión entre los diversos tipos de democracia (clásica, representativa, monitorizada) y el formato comunicativo de su época: oratoria, comunicación escrita, comunicación de masas y comunicación de masas con múltiples medios. En este texto, John Keane destaca la gran diferencia entre el contexto comunicativo de la democracia monitorizada y el de las etapas anteriores. Pasamos ahora al análisis detallado de la nueva galaxia mediática.

⁴ Traducción extraída de *La democracia monitorizada en la era de la nueva galaxia mediática. La propuesta de John Keane* (Feenstra, 2012a, p.82).

2.1. La nueva galaxia mediática

La nueva galaxia mediática permite que la democracia monitorizada haga uso de un sistema comunicativo mucho más amplio y plural que el que existía al principio de la democracia representativa, en el cual los medios de comunicación de masas estaban fuertemente vinculados con los gobiernos y con los partidos políticos (Keane, 2009c). La era de la monitorización mantiene como elementos principales de la esfera pública a los grandes medios de comunicación vinculados a los poderes fácticos, pero alrededor suyo han aparecido un gran conjunto de medios y canales de comunicación, tanto tradicionales como alternativos, capaces de introducir voces críticas y disputar la hegemonía a los *mass media* (Casero-Ripolles y Feenstra, 2012). Esta multiplicación de voces críticas que escapan al control de poderes fácticos, gobiernos o partidos han favorecido el constante escrutinio público sobre el poder y han creado un amplio espectro de instrumentos de monitorización que han cercado las actuaciones de las organizaciones y de los políticos (Feenstra, 2012b). Existe una gran dependencia entre la democracia monitorizada y sus mecanismos y el nuevo escenario comunicativo creado por la nueva galaxia mediática. John Keane afirma que:

Todas las instituciones en la tarea de examinar el poder, dependen en gran medida de estas innovaciones en los medios de comunicación; si la nueva galaxia de la abundancia comunicativa explosionase de repente, la democracia monitorizada no duraría mucho. La democracia monitorizada y las redes de medios informatizados se comportan como si fueran hermanos siameses.⁵ (Keane, 2009c, p.739-740)

La vinculación entre la nueva galaxia de la comunicación y el modelo de democracia monitorizada es total, la desaparición de la primera produciría una rápida defunción de la segunda, ya que la gran mayoría de los instrumentos de examinación y monitorización de los centros de poder están directamente conectados con las innovaciones aportadas por este nuevo contexto comunicativo (Feenstra, 2010b). Dentro de las múltiples innovaciones relacionadas con los procesos de difusión y almacenaje de información durante las últimas décadas, como son la creación de memoria electrónica, la asignación de nuevas frecuencias o la mejora de las técnicas de compresión, destaca especialmente el nacimiento de internet. La aparición de internet supuso la novedad más destacada de la nueva galaxia mediática al convertirse en la principal plataforma de las dinámicas de monitorización política (Keane, 2013).

⁵ Traducción extraída de *La democracia monitorizada en la era de la nueva galaxia mediática. La propuesta de John Keane* (Feenstra, 2012a, p.83).

La aparición y utilización masiva de internet dentro del actual contexto mediático ha estimulado la creación de redes y plataformas que han alterado la manera de comunicarse de la ciudadanía y han influido sobre el escenario comunicativo que rodea al sistema democrático (Feenstra, 2012b). En un breve periodo de tiempo, los *smartphones*, las redes sociales como Facebook o Instagram, las plataformas de *microblogging* como Twitter y las aplicaciones de comunicación a distancia como Skype y Zoom han adquirido una fuerte presencia en la rutina diaria de las personas (Canavilhas, 2011; Feenstra, 2013). Las cualidades de internet que han revolucionado el panorama comunicativo y han dado lugar a la utilización masiva de la red y las nuevas herramientas de comunicación son: la deslocalización, la imprevisión, la inmediatez y, sobre todo, la interacción (Pantoja Chaves, 2011).

- Deslocalización: la deslocalización ha permitido a las personas comunicarse sin la necesidad de que los componentes coincidan en el espacio y en el tiempo, como ya nos permitían la radio y la televisión, pero añadiendo la ventaja de que ya no existe una limitación por la localización. Este fenómeno ha desencadenado un desenfrenado aumento y descompartmentalización de la información.
- Imprevisión: la imprevisión ha sido adquirida por las nuevas plataformas como un formula de atención continua. Este fenómeno ha provocado que cada mensaje sea visto como un estímulo hacia la colectividad que puede generar una cantidad exponencial de respuestas improvisadas. Los fenómenos de la imprevisión y la espontaneidad eran incompatibles con los formatos de los medios de comunicación tradicionales, pero encajan a la perfección con las características de las nuevas herramientas de comunicación.
- Inmediatez: esta nueva característica ha permitido que la información y la comunicación salve cualquier distancia, pueda llegar a grandes cantidades de personas a la vez y se pueda multiplicar a una velocidad desorbitada. La inmediatez también ha potenciado otros dos fenómenos: la accesibilidad y la actualización. La accesibilidad ha permitido eliminar las distancias y ha propiciado que la información llegue a cualquier parte del planeta en el mismo tiempo. La actualización (ya presente en los medios tradicionales) se ha visto impulsada por la aparición de internet, en este nuevo contexto la información está siempre anclada a la actualidad.

- Interacción: la aparición de la interacción ha facilitado la realización de procesos de comunicación con diversos intervinientes, esta nueva característica ha proporcionado un entorno que posibilita la concurrencia de un grupo de personas para intercambiar contenidos sin la necesidad de coincidir en el espacio y en el tiempo. La posibilidad de interrelacionarnos ha permitido que los usuarios intervengan directamente en el proceso de comunicación y difusión de información.

La nueva galaxia mediática ha incorporado las nuevas herramientas comunicativas a la red de medios de comunicación tradicionales (televisión, radio y prensa), dando lugar a un conjunto de mecanismo de comunicación que no tienen precedente en la historia de nuestra civilización (Hermida, 2010). La consolidación de esta galaxia mediática y la expansión de las innovadoras características de internet han dejado atrás la época de la escasez informativa, los procesos de comunicación unidireccionales, la lentitud de la divulgación de la información y el control de la información pública (De Aguilera y Casero-Ripolles, 2018).

La consecuencia directa de la aparición de múltiples innovaciones dentro del ámbito de las TICs ha sido el nacimiento de la denominada era de la abundancia comunicativa, esta abundancia se ha consolidado como el símbolo principal de la democracia monitorizada a partir de finales del siglo XX (Feenstra, 2010b). La creación, el manejo y la distribución de información que se realiza en la actualidad ha producido que la sociedad actual sea identificada como la sociedad de la información (Castells, 2000). John Keane define la era de la abundancia comunicativa como:

[...] un nuevo sistema mundial de dispositivos multimedia solapados e interrelacionados. Por primera vez en la historia, gracias a los microprocesadores incorporados, estos dispositivos integran textos, sonidos e imágenes en forma digitalmente compacta, fácil de almacenar, reproducible y portátil. La abundancia comunicativa permite enviar y recibir mensajes a través de múltiples usuarios, en el tiempo elegido, ya sea en directo o en diferido, a través de redes modularizadas y, en última instancia, redes globales que son asequibles y accesibles a cientos de millones de personas dispersas a lo largo del mundo.⁶ (Keane, 2013, p.1)

En esta cita John Keane destaca que el nuevo contexto comunicativo está caracterizado por la multiplicación de nuevos medios de comunicación constituidos por diversas estructuras y que se extienden a lo largo y ancho de todo el mundo. El principal efecto de la proliferación de este conjunto de canales de información es el aumento exponencial de la cantidad de información y contenidos que recibe la ciudadanía, además este hecho

⁶ Traducción propia

explica el nombre de era de la abundancia comunicativa (Keane, 2013). John Keane destaca que las consecuencias del incremento de la cantidad de información que le llega a los ciudadanos afectan a múltiples ámbitos, pero se nota especialmente en el funcionamiento del sistema democrático. La abundancia comunicativa no solamente afecta a los ámbitos de la vida cotidiana de las personas sino también sobre su implicación en el panorama político (Feenstra, 2012a). El nuevo escenario de exuberancia comunicativa y de crecimiento de nuevos medios han abierto grandes posibilidades de comunicación a los ciudadanos corrientes y han dado lugar a un reforzamiento de la sociedad civil (Keane, 2002).

La contribución más importante de la abundancia comunicativa al modelo de democracia monitorizada es el fortalecimiento de la sociedad civil gracias a la concesión de voz e importancia a un conjunto de instituciones no gubernamentales que pueden denunciar las malas prácticas, los escándalos y los conflictos (Feenstra, 2010b). La principal consecuencia del aumento del poder de la sociedad civil ha sido el empoderamiento de esta para controlar a los personajes públicos y apartarlos del escenario público en caso de que incumplan sus funciones. La era de la abundancia comunicativa ha generado múltiples instrumentos de comunicación que han propiciado la unión de múltiples ciudadanos alrededor de diversas causas y luchas difíciles de controlar por los gobiernos, los políticos o cualquier otro actor (Feenstra, 2012a). Keane (2013) concluye esta cuestión diciendo que la nueva galaxia mediática, liderada por internet, hace posible el afianzamiento de la era de la abundancia comunicativa y favorece una democracia monitorizada en la que los centros de poder están constantemente expuesto al examen de la esfera pública por medio de «un gobierno paralelo de públicos» (Keane, 2002). La nueva galaxia mediática ha sido uno de los elementos esenciales para el nacimiento de la democracia monitorizada y es uno de las partes fundamentales para su buen funcionamiento, la democracia monitorizada tiene una dependencia prácticamente absoluta de la nueva galaxia mediática (Keane, 2009c). En esta sección hemos expuesto las principales características de la nueva galaxia mediática, las innovaciones que esta ha introducido en el contexto comunicativo mundial y las consecuencias que este nuevo entorno mediático están teniendo en la sociedad y en la democracia. El desarrollo de internet y la aparición del fenómeno de la abundancia comunicativa han sido los elementos más destacados de esta nueva galaxia.

En este apartado nos hemos centrado en la nueva galaxia mediática y en su importancia para la democracia monitorizada, pero en ningún momento hemos hablado de la parte

negativa de la galaxia mediática actual. En el próximo apartado analizaremos los múltiples problemas del nuevo contexto mediático. Expondremos cómo estas cuestiones afectan al tejido democrático, amenazan los efectos positivos de la democracia monitorizada y disminuyen las libertades de las personas. También desarrollaremos el concepto de decadencia mediática y profundizaremos en los síntomas que potencian esta tendencia.

2.2. El lado oscuro de la nueva galaxia mediática

La vinculación entre la nueva galaxia mediática y este formato de democracia es total, si este nuevo contexto comunicativo colapsase, la democracia monitorizada desaparecería en poco tiempo (Keane, 2009c). La propuesta de democracia monitorizada planteada por John Keane muestra en todo momento una visión optimista de la nueva galaxia mediática y subraya las múltiples posibilidades que esta ofrece para mejorar los procesos políticos y para reforzar la acción política de la sociedad civil y la ciudadanía. A pesar de esta visión optimista, John Keane es consciente de las limitaciones tanto de los medios de comunicación tradicionales como de internet y de los nuevos canales de comunicación. Feenstra (2012a) expone que el optimismo de la propuesta de John Keane es evidente aunque en ningún momento es un optimismo desmesurado. El modelo democrático de John Keane se centra en las novedades más favorables, pero no se olvida de los procesos que limitan los mecanismos de monitorización, a los cuales define con el concepto de decadencia mediática.

La existencia de esta nueva galaxia mediática ha permitido lograr avances evidentes en la examinación de las actividades de los centros de poder, ha potenciado la participación política y ha aumentado la influencia de la ciudadanía y de la sociedad civil, pero la mera existencia de este nuevo entorno comunicativo no asegura el triunfo automático y permanente de los postulados de la democracia monitorizada (Keane, 2011). Existen múltiples conductas que amenazan los beneficios de la nueva galaxia mediática y el buen funcionamiento de la democracia monitorizada. La concentración y mercantilización del contexto mediático, las acciones organizadas por parte de los centros de poder democráticos y económicos para manipular a la ciudadanía y la utilización de las nuevas tecnologías para vigilar a la población afectan a la sociedad y a los avances de la democracia monitorizada (Keane, 2013).

John Keane plantea el nuevo concepto de decadencia mediática para hacer referencia a la parte negativa de la nueva galaxia mediática. Es esencial examinar y mantener controladas las tendencias perjudiciales del contexto mediático para preservar los efectos positivos de la democracia monitorizada y asegurar el correcto funcionamiento de los procesos de monitorización (Feenstra, 2012a). John Keane define la decadencia mediática como:

[...] la gran brecha que existe entre los halagüeños ideales de la libre y justa impugnación pública del poder, la apertura y la pluralidad de opiniones y el compromiso público de los representantes con la inclusión y el trato igualitario de todos los ciudadanos –ideales de la democracia monitorizada– y una empañada y dura realidad en la que los medios de comunicación fomentan la intolerancia de opiniones, la limitación del escrutinio público del poder y la aceptación ciega del derrotero que están tomando los acontecimientos.⁷ (Keane, 2009a, p.8)

Esta cita de John Keane nos muestra las dos caras de la democracia monitorizada. Por una parte, las condiciones idílicas que permitirían un excelente funcionamiento de la sociedad y de este modelo democrático, y por otra parte, los grandes problemas a los cuales tiene que hacer frente la ciudadanía y la propia democracia. La libertad de discusión y de examinación de los centros de poder por parte de la ciudadanía y de los periodistas se ve fuertemente obstaculizada cuando aumenta la distancia entre las condiciones idílicas de funcionamiento del nuevo contexto mediático y las circunstancias reales del sector comunicativo; muchas veces marcadas por procesos manipulativos, saturación informativa y limitación de acceso a los medios y a la información (Keane, 2013). En la próxima sección, nos centraremos en los nuevos problemas vinculados con la decadencia mediática que han surgido en la nueva galaxia mediática como consecuencia de internet y de las nuevas tecnologías vinculadas a este.

2.3. La decadencia mediática: los problemas de internet

En el primer capítulo del trabajo hemos subrayado el importante rol que tiene internet dentro de la nueva galaxia mediática, la utilización de esta plataforma de forma masiva por los ciudadanos del mundo ha dado lugar a una nueva forma de comunicación ciudadana y ha instaurado un nuevo escenario comunicativo alrededor de los sistemas democráticos (Feenstra, 2012b). Con el paso del tiempo múltiples herramientas vinculadas a internet se han introducido en la vida diaria de las personas. En un primer momento fueron las redes sociales como Facebook o Twitter y las aplicaciones de

⁷ Traducción extraída de *La democracia monitorizada en la era de la nueva galaxia mediática. La propuesta de John Keane* (Feenstra, 2012a, p.149).

comunicación a distancia como Skype, más adelante aparecieron los *smartphones* y sus múltiples funciones y finalmente han irrumpido en nuestras vidas los microordenadores integrados en objetos (Smart TV's, relojes inteligentes, coches inteligentes, etc.) (Keane, 2013). La aparición y desarrollo de internet y de estas nuevas tecnologías ha dado lugar al nacimiento de la abundancia comunicativa y ha provocado un reforzamiento de la democracia monitorizada (Feenstra, 2010b), pero también hay que tener en cuenta que no todas las implicaciones y consecuencias de internet son beneficiosas para la sociedad y la democracia.

John Keane en su obra *Democracy and media decadence* (2013) expone que todas las técnicas y herramientas de comunicación, incluyendo internet, pueden ser utilizadas por igual para los buenos o los malos propósitos, y que todo depende del contexto en el que se utilicen (Keane, 2013). En esta frase John Keane subraya que internet es un medio de comunicación neutro y que causa beneficios o perjuicios a la sociedad dependiendo cual es la finalidad con la que se utiliza. Las nuevas tecnologías de la comunicación han introducido múltiples innovaciones en nuestras sociedades, pero hay que destacar que estas poseen una posición política neutra: en ningún momento tienen ni una vocación democrática o una vocación autoritaria (Keane, 2013). En la misma línea que John Keane, el autor bielorruso Evgeny Morozov defensa que el ciberespacio necesita unas pautas claras para fomentar y consolidar los regímenes democráticos, y expone que en la actualidad estas condiciones no se están cumpliendo e internet se está convirtiendo en una herramienta que aumenta el dominio de los centros de poder y desautoriza a los más débiles (Morozov, 2011). La utilización constante de internet y de las nuevas tecnologías vinculadas a este fenómeno por parte de la población ha sido aprovechada por los poderes fácticos para aumentar su control sobre los ciudadanos por medio de nuevos mecanismos vinculados con la red, causando efectos nocivos sobre la democracia monitorizada y las condiciones necesarias para su adecuado funcionamiento. Uno de estos mecanismos es la tecnología del *big data* y su uso destinado a la vigilancia y a la manipulación de la ciudadanía.

En la siguiente sección nos centraremos en el fenómeno del *big data*: expondremos las causas que han permitido la aparición de este fenómeno, examinaremos sus características y analizaremos cuales son los efectos nocivos que causa el tratamiento de datos masivos en la esfera pública y en el sistema democrático. Mostraremos también la vinculación del

big data con otros fenómenos nocivos como las redes de distorsión de la opinión pública y la introducción de las *fake news* en la esfera pública

2.4. Big data: pérdida de privacidad y monopolización de internet

En este apartado vamos a analizar el *big data*, dentro de este nuevo fenómeno profundizaremos en los problemas que este comporta para la ciudadanía: la pérdida de la privacidad y la monopolización de internet. El *big data* es el concepto que hace referencia al gran crecimiento de la información y a las facilidades para acceder a ella (Chen et al., 2014). Su campo de trabajo se encuentra en la mastodónica cantidad de datos e información almacenada por empresas, instituciones y organizaciones (Mayer-Schönberger y Cukier, 2013b). La aparición de este fenómeno se vincula con los grandes cambios sociotecnológicos sucedidos a principios del siglo XXI, las innovaciones en el campo de la computación, los datos y la convergencia han sido esenciales para la aparición y desarrollo del *big data* (Suárez Gonzalo y Guerrero Solé, 2016). El desarrollo e implementación de instrumentos diseñados para el análisis, recolección y gestión de grandes cantidades de datos se realiza con el objetivo de extraer información sobre cuestiones concretas, entender relaciones existentes y vislumbrar formas de comportarse (Boyd y Crawford, 2012; Puyol, 2014)

Actualmente la vida de millones de personas en los países desarrollados está marcada por la continua utilización de internet y de las nuevas tecnologías, resulta complicado llevar una vida normal sin utilizar un *smartphone* o un ordenador, las redes sociales para mantener los contactos sociales, Google para buscar información, Amazon para comprar productos o la banca electrónica para consultar los movimientos bancarios. Esta revolución digital, ha desencadenado la dataficación de la vida privada de los ciudadanos (Cardon, 2018). Podemos observar tres grandes características en el análisis de datos como consecuencia de la dataficación de la sociedad y de la aparición del *big data* (Puyol, 2014), estas son:

- Volumen. La dimensión volumen implica el paso de estudiar una muestra mediante técnicas estadísticas tradicionales a recoger, almacenar y estudiar grandes cantidades de datos mediante la utilización de nuevos sistemas, softwares y algoritmos.
- Velocidad. La velocidad a la que se crean, procesan y analizan los datos aumenta constantemente, es de suma importancia analizarlos de la forma más

rápida posible o incluso a tiempo real. El análisis de datos en tiempo real se ha convertido en uno de los principales fundamentos del *big data*.

- Variedad. La variedad de los datos a analizar, como hemos comentado anteriormente, ha aumentado exponencialmente abarcando campos desde las transacciones bancarias hasta las pulsiones del cuerpo humano. La gran mayoría de los datos analizados han dejado de ser datos de fuentes estructuradas y han pasado a ser datos no estructurados

Estas tres características pueden ser ampliadas con diversas más (Gutiérrez Puebla, 2018), entre las que destacan: la veracidad y la visualización.

- Veracidad. La veracidad hace referencia a la calidad y al nivel de fiabilidad de los datos. La gran cantidad de datos no estructurados que existen en la actualidad ha subrayado la importancia de conseguir datos de alta calidad. Algunos conjuntos de datos son inciertos por naturaleza, por ejemplo los vinculados con las emociones, las acciones futuras o los mercados financieros, estos tipos de datos dificultan el propósito de conseguir datos de carácter verídico. Gil (2016) expone que para aumentar la veracidad de este tipo de datos se utilizan técnicas de combinación de diferentes fuentes para mejorar su fiabilidad, como por ejemplo combinar datos sobre emociones, reacciones en las redes sociales y localización.
- Visualización. La visualización se ha convertido en otra de las nuevas características del *big data*. Poder visualizar los datos es fundamental para comprenderlos y poder tomar decisiones, la plasmación de las conclusiones del análisis de datos sobre mapas y coordenadas ha devenido crucial para la máxima comprensión de los datos. La utilización de técnicas de visualización permite crear mapas en los que gracias a la combinación de fuentes se muestra la probabilidad en la que se produzca una determinada acción o las diferentes características de las personas que habitan en una zona (Gil, 2016).

El estudio de datos ofrecido por el fenómeno de la dataficación permite conocer de forma detallada las características, los intereses, los comportamientos, las preferencias y también el entorno de los usuarios de los cuales provienen (Ardévol, 2016). La gran cantidad de datos existentes ha dado lugar a una nueva forma de recopilar y tratar estos datos. La recopilación de datos se realiza de forma masiva e indiscriminada, sin realizar ninguna preclasificación de datos (Baruh y Popescu, 2017). El tratamiento de estos datos

se efectúa por medio de sistemas automatizados creados para realizar análisis complejos y descubrir atributos y propiedades latentes en ellos (Boyd y Crawford, 2012). En los últimos años se han realizado varios estudios en los cuales se analizan contenidos de Facebook y Twitter para predecir las características de sus usuarios (Kosinski et al., 2013; Youyou et al., 2015; Guerrero Solé y Lopez Gonzalez, 2019), más adelante profundizaremos en esos estudios. Hay que subrayar también que el objetivo principal de los análisis basados en *big data* no es conocer y vigilar a las personas individualmente, sino inspeccionar y conseguir información del conjunto de la población para encontrar patrones y características comunes entre diferentes grupos de personas que permita a las organizaciones y poderes llevar a cabo sus objetivos económicos y políticos (Suárez Gonzalo, 2019).

El *big data* presenta un gran potencial que puede causar innumerables beneficios en numerosos aspectos de la vida de las personas, como por ejemplo la posibilidad de curar enfermedades, aumentar la seguridad de las sociedades, identificar factores de riesgo (Mayer-Schönberger y Cukier, 2013a) o mejorar el sistema democrático (Calvo, 2019, 2020), pero hay que tener presente también los nuevos retos y peligros que ha producido la expansión de este fenómeno. El avance de la dataficación de la vida de las personas y el desarrollo de las técnicas de análisis de datos masivos están potenciando un nuevo tejido mundial de vigilancia que permite controlar a la ciudadanía en todo momento (Baruh y Popescu, 2017). El desarrollo de esta nueva lógica mundial basada en la vigilancia entraña grandes peligros para las libertades de las personas y para la democracia y se posiciona como una tendencia totalmente contraria a la democracia monitorizada. En las próximas secciones analizaremos los principales riesgos que entraña el desarrollo del *big data* para la sociedad, la ciudadanía y la democracia. Profundizaremos en la amenaza que supone la dataficación y el tratamiento de datos masivos para la privacidad de las personas y nos centraremos en la monopolización de internet por parte de grandes empresas digitales y en los problemas que esta cuestión le pueden acarrear a la ciudadanía.

2.4.1. Pérdida de la privacidad

El primer gran riesgo que vamos a analizar es la pérdida de privacidad por parte de los ciudadanos. La utilización de internet y de las nuevas tecnologías de forma masiva ha producido la dataficación de la gran cantidad de información que introducen los ciudadanos de forma continua en estas plataformas. La recolección y el tratamiento de

esta información y de estos datos está aumentando la vigilancia sobre múltiples facetas de la vida diaria de los ciudadanos y está afectando a la privacidad de estos. En el actual contexto tecnológico liderado por internet no se prioriza garantiza la privacidad y la confidencialidad de las personas, y con el paso del tiempo y con la aparición del Internet de las Cosas, *Internet of Things* (IoT) en inglés, se está alentando el incumplimiento de los principios básicos de la privacidad y está aumentando la vigilancia hacia todas las facetas de la vida de los ciudadanos.

El Internet de las Cosas es la interconexión a través de internet de multitud de dispositivos informáticos situados en objetos cotidianos. Esta situación de interconexión permite a estos objetos enviar y recibir datos sin ningún tipo de interferencia o colaboración humana. El IoT ha producido un gran salto en la capacidad para reunir, analizar y distribuir datos que finalmente se puede convertir en información, conocimiento y en oportunidades de mercado (Asghari et al., 2019). La fuerte irrupción de este fenómeno ha hecho que la cantidad de información haya aumentado exponencialmente y que la importancia de procesar estos datos mediante el *big data* sea aún más destacable (Chen et al., 2014; Ahmed et al., 2017; Gutiérrez Puebla, 2018). El campo de acción del IoT abarca gran cantidad de lugares y de objetos (Srinivasan et al., 2019). En el hogar podemos destacar su uso en objetos cotidianos como las televisiones o los refrigeradores, permitiendo nuevas funciones a las televisiones y un control de los productos que hay en su interior en el caso de los refrigeradores. En las ciudades es utilizado para organizar y regular las grandes congestiones de tráfico (Kim et al., 2017). En el campo de la salud ha permitido el desarrollo de dispositivos que controlan en todo momento la cantidad de actividad física, las fases del sueño o el ritmo cardiaco y lo envían a plataformas que se encuentran en la red (Rahmani et al., 2018; Ray, 2018). La constante conexión entre los diversos objetos informatizados e internet da lugar a una continua transmisión de datos, esta transmisión de datos se produce tanto en el tiempo en el cual se utilizan los dispositivos conectados a la red como en los momentos en los que no se está haciendo ningún uso de estos objetos. A este fenómeno se le añade en algunos casos la recolección de datos que nada tienen que ver con la actividad para la que han sido adquiridos. Un ejemplo de esta extracción de datos privados es la que se ha detectado en algunos robots de limpieza del hogar, estos dispositivos realizaban sus tareas de limpieza y al mismo tiempo gravaban contenidos de audio y realizaban mediciones de la vivienda. Estas tendencias implican una constante extracción de información privada de los

ciudadanos y una clara vulneración de su privacidad. (Caron et al., 2016; Adams, 2017). El fenómeno del IoT ha supuesto un gran avance a la hora de recabar grandes cantidades de datos, pero también entraña grandes problemas respecto a la extracción de datos de la vida privada de los ciudadanos y de su utilización con fines comerciales y manipulativos. La utilización de nuevas técnicas de extracción de datos procedentes de la vida diaria y de la vida virtual que las personas llevan a cabo en la red pone en serio riesgo la intimidad de la ciudadanía y potencia el nuevo tejido de control social (Zuboff, 2015).

Los principales problemas vinculados con la extracción y uso de los datos de las personas se agravan especialmente en el ámbito de los datos personales, la falta de mecanismos de control dificulta conocer cómo, quien y de qué forma se están utilizando estos datos. Gil (2016) expone que el fenómeno del *big data* amenaza la privacidad de los datos de los ciudadanos debido a varios motivos:

- La normativa no está adaptada al nuevo entorno comunicativo. Las normas de protección de datos han quedado desfasadas debido a que datan de los años noventa y en aquel tiempo no había aparecido ni internet, ni las redes sociales ni los *smartphones*, ni por supuesto el *big data*.
- El principio de minimización de datos no se cumple. Este principio implica que solamente se debe recopilar la cantidad mínima necesaria para la finalidad con la que se recogen. Además de no cumplirse, la minimización de datos se contrapone con el estudio de cantidades masivas de datos que realiza el *big data*.
- La normativa confía demasiado en el consentimiento informado de los individuos para la recopilación y tratamiento de sus datos personales. La mayoría de los ciudadanos no leen las políticas de privacidad antes de prestar su consentimiento y los que las leen no las entienden. Otorgar el consentimiento se ha convertido en un ejercicio vacío.
- La anonimización ha demostrado tener límites. La anonimización de los datos es una buena opción para la protección de los datos privados, pero en los últimos años han aparecido técnicas capaces de reidentificar bases de datos con datos anónimos. Este hecho debilita el anonimato y pone en peligro la privacidad de las personas.
- El *big data* aumenta el riesgo relacionado con la toma de decisiones de forma automática. La aparición de este fenómeno ha supuesto que decisiones

trascendentales para la vida de las personas quedan sujetas a algoritmos ejecutados de forma automática a partir de datos privados que estas personas no son conscientes que están siendo utilizados.

2.4.2. La monopolización de internet

Las diversas deficiencias que presenta la normativa de protección de datos y los procesos de recopilación y tratamiento de datos para la ciudadanía han sido aprovechadas por las grandes empresas y los gobiernos para obtener y estudiar grandes cantidades de datos (Suárez Gonzalo, 2017). El tratamiento de datos se ha convertido en uno de los grandes negocios del siglo XXI. Suárez Gonzalo (2019) expone que:

[...] la explotación de datos masivos tiene dos objetivos principales: el beneficio económico y el control social. El primero suele atribuirse a las empresas y a los mercados (en un sentido amplio, los poderes privados), mientras que el segundo, al ejercicio de las instituciones y gobiernos (poderes públicos). (p.15)

Esta cita de Sara Suárez Gonzalo nos muestra que tanto las empresas privados como las instituciones públicas tienen interés en la utilización de la tecnología del *big data* para aumentar su poder, por medio de aumentar sus beneficios en el caso del sector privado y para controlar a los ciudadanos en el caso del sector público. Aunque los objetivos del sector privado y del sector público son diferentes, la relación que existe entre ambos no tiene un carácter excluyente, ambos colectivos mantienen una colaboración continua que facilita la consecución de los propósitos de ambos (Morozov, 2011). La creciente demanda de trabajos vinculados al *big data* han dado lugar a un nuevo conjunto de corporaciones tecnológicas basadas en la explotación de datos masivos que se centran en ofrecer servicios digitales. En el centro de este sector se sitúan los denominados gigantes digitales, conocidos también como GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon y Microsoft), estas corporaciones recopilan la mayoría de los datos que difunden a diario millones de personas (Cardon, 2018). McChesney (2013) expone que estas grandes empresas se han convertido en las empresas más importantes del mundo como consecuencia de internet y los cambios que este ha sufrido. Aunque internet nació como una herramienta que dotaría de un poder sin precedentes a la ciudadanía con el paso del tiempo las fuerzas capitalistas lo han convertido en una esfera controlada por un mercado propietario y monopolístico liderado por los GAFAM. Pasamos ahora a analizar los principales fenómenos que potencian el poder de los gigantes digitales y monopolizan el entorno de internet. Según Suárez Gonzalo (2019) estas tendencias son:

- Los efectos de red (*network effects*)

- La publicidad basada en datos
- La importancia de los estándares técnicos
- La codependencia público/privada

Los efectos de red (*network effects* en inglés) hacen referencia al principio que causa que cuantos más usuarios participan en una red, más útil y más atractiva es esta red para los ciudadanos, además de aumentar los costes de exclusión para los que no forman parte de ella (McChesney, 2013). Esta dinámica provoca que las redes alternativas a las predominantes tiendan al fracaso, dando lugar a una inercia por la que las grandes empresas se hacen cada vez más ricas y el resto se empobrecen rápidamente (Suárez Gonzalo, 2019). La principal consecuencia de este fenómeno es el aumento de los usuarios y de la interacción de estos en las grandes corporaciones digitales, desencadenando un aumento de los datos que manejan estas compañías y una mayor personalización de contenidos que vuelve a potenciar los efectos de red (Antunes y Maia, 2018).

El segundo factor que afecta a la tendencia al monopolio de los gigantes digitales es el negocio de la publicidad basada en datos. La globalización y la aparición de las redes sociales ha provocado una disminución del poder de los medios de comunicación tradicionales y ha creado un nuevo formato de comunicación multidireccional basado en internet (Van Dijck, 2016; De Aguilera y Casero-Ripolles, 2018). Este nuevo contexto comunicativo permite realizar análisis de datos masivos y crear estrategias comunicativas y publicitarias personalizadas gracias al tratamiento y estudio de la gran cantidad de reacciones de los usuarios en internet (Nair et al., 2017). Las grandes corporaciones digitales ingresan grandes cantidades de dinero y monopolizan el negocio de la publicidad debido a que son capaces de crear una publicidad eficaz y personalizada gracias al tratamiento de grandes cantidades de datos sobre preferencias, comportamientos e intereses de los usuarios que participan en sus plataformas (Suárez Gonzalo, 2019).

El tercer factor hace referencia a la importancia de la homogeneización de los estándares técnicos para poder realizar un adecuado tratamiento de los datos masivos. La estandarización de los procesos de recolección de datos ha permitido la mercantilización de los datos, la creación de un potente sector financiero basado en los datos y una creciente monopolización de este negocio por parte de los gigantes digitales (Suárez Gonzalo, 2019). Zuboff (2015) expone que la mercantilización de los datos de las personas ha dado lugar a una nueva materia prima que potencia una nueva forma de

capitalismo paralela al capitalismo económico, este es el denominado capitalismo de la vigilancia. El capitalismo de la vigilancia ha introducido los datos dentro de las transacciones del mercado, provocando una mercantilización de la vida privada de los ciudadanos con el objetivo de lograr nuevas formas de conseguir beneficios económicos. La constante vigilancia a la que están expuestos los ciudadanos está dando lugar a una sociedad predecible en la que los centros de poder conocen y explotan la totalidad de los datos y características de los ciudadanos (Zuboff, 2020), esta situación posibilita la manipulación de la información y la forma de pensar de los ciudadanos y se contraponen totalmente con los fundamentos de la democracia monitorizada (Keane, 2013). Los mecanismos esenciales de esta nueva forma de capitalismo son la financierización y la privatización y mercantilización de diversos bienes que anteriormente no eran mercancías (Suárez Gonzalo, 2019). La financierización se vincula con la apropiación de valor por medio de la especulación y la depredación, y la privatización y mercantilización hacen referencia a la transformación de diversos derechos de propiedad en derechos exclusivos de propiedad privada. La globalización y la utilización masiva de internet para todo tipo de actividades han colocado a los gigantes digitales y a los servicios financieros en el centro de la economía actual, impulsando un capitalismo depredador que produce muy poca riqueza y que se dedica a expropiar el trabajo y los datos privados de la ciudadanía para obtener beneficios (Arruzza et al., 2019). Este capitalismo depredador se basa en la expropiación por empresas privadas de todo tipo de datos de las experiencias de las personas para convertirlos en datos patentados y utilizarlos para mejorar productos y servicios y para la creación de paquetes de datos predictivos que anticipan las decisiones actuales y futuras que se ponen a la venta en el mercado (Zuboff, 2020).

Finalmente, el cuarto elemento es la codependencia entre el sector público y el sector privado. Esta es otra de las tendencias que potencia el poder de las grandes empresas tecnológicas. El aumento del potencial de los datos masivos ha creado una red de intereses compartidos entre los gigantes digitales y los poderes públicos, el monopolio de los grandes corporaciones de internet no sería posible sin la cooperación entre estas empresas y los centros de poder (Morozov, 2011). La coordinación entre estos dos grupos les permite obtener beneficios a ambos. Por una parte, los gobiernos, las agencias de seguridad nacionales y los ejércitos tienen acceso a un conjunto de información de la que solo disponen estas grandes empresas, y que no podrían conseguir de otra forma, de la cual dependen para realizar operaciones de vigilancia y de espionaje. Por otra parte, la

consecución de beneficios por parte de los GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon y Microsoft) está vinculado con las legislaciones estatales y sus políticas impositivas, por lo que les interesa cooperar con las autoridades públicas. La constante colaboración entre los estados y los gigantes digitales además de dar lugar a decisiones políticas favorables a los intereses del mercado de datos ocasiona una superioridad de los poderes económicos respecto a los democráticos (Morozov, 2011). Esta superioridad es utilizada en muchos casos para distorsionar la situación política y ejercer una presión que afecta directamente a la opinión pública.

El objetivo de esta parte del trabajo ha sido exponer las características de la nueva galaxia mediática y poner de manifiesto los problemas de esta, centrándonos especialmente en el fenómeno del *big data*. En la primera parte, hemos explicado el nuevo contexto comunicativo que ha permitido el desarrollo de la democracia monitorizada: la llamada nueva galaxia mediática. El desarrollo de internet y la aparición del fenómeno de la abundancia comunicativa han sido los elementos más destacados de esta nueva galaxia. En esta parte hemos subrayado la importante vinculación entre la nueva galaxia mediática y la democracia monitorizada. En la segunda parte, hemos profundizado en los problemas de la nueva galaxia mediática. Primeramente, hemos analizado el concepto de decadencia mediática y hemos expuesto las principales limitaciones que afectan a la democracia monitorizada. A continuación, nos hemos centrado en el fenómeno del *big data* y en sus connotaciones negativas para la sociedad y para la democracia. Hemos analizado los problemas de privacidad que comporta para las personas la dataficación de la esfera social, la monetarización de estos datos y la expansión de la nueva industria de los datos masivos y hemos expuesto la monopolización de la industria de los datos por parte de las grandes empresas digitales y los efectos que causa esta monopolización sobre la sociedad

La gran cantidad de datos disponibles, la continua extracción de datos de la vida privada de los ciudadanos y el gran poder de las corporaciones digitales han potenciado un clima de vigilancia y control social que permite crear mecanismos destinados a la manipulación de la población y de su forma de pensar. En el siguiente capítulo, analizaremos la utilización de los datos masivos de las personas para conocer sus características, predecir su comportamiento y afectar en su forma de opinar sobre las cuestiones políticas. Expondremos la manipulación política llevada a cabo por la empresa Cambridge Analytica en la victoria del Brexit en el referéndum de permanencia en la Unión Europea de Reino Unido de 2016 y en la victoria de Donald Trump en las

elecciones presidenciales estadounidenses de 2016. Finalmente, realizaremos una comparación entre la democracia vigilada que están promocionando el fenómeno del *big data* y la democracia monitorizada.

3. Los efectos del big data sobre la democracia

Una vez analizadas las principales dinámicas que monopolizan el sector de los datos masivos y potencian el poder de los gigantes digitales, pasamos a estudiar la utilización del *big data* por parte de los centros de poder y los poderes fácticos con una finalidad manipulativa y de control social. Las nuevas posibilidades introducidas por el *big data* han permitido conocer de forma detallada las características, los intereses, los comportamientos y las preferencias de las personas, estas innovaciones han hecho posible vigilar y controlar a la sociedad como nunca antes en la historia se había visto (Polo Roca, 2020). La capacidad de conocer de forma pormenorizada a la población, abre un abanico de posibilidades para descubrir a grupos de ciudadanos con unos determinados rasgos emocionales o ideológicos y realizar estrategias de manipulación específica enfocadas a las características de cada persona (Alkiş y Taşkaya Temizel, 2015).

3.1. Manipulación política

La utilización del *big data* en las contiendas electorales entraña múltiples peligros para el correcto funcionamiento de la democracia y de la propia sociedad (Fernando Mejía, 2020). La manipulación de los votantes y la transgresión de la opinión y la libertad de expresión son los principales males que puede causar la utilización inadecuada e invasiva del *big data* en política. El *big data* ha provocado que esta manipulación y transgresión ya no se realice por medio de la prohibición de contenidos o la limitación de libertades, sino a partir de la específica disposición de noticias, contenidos e información que se ajustan a las preferencias de las personas que los consumen (Fernando Mejía, 2020). El tratamiento de datos masivos ha permitido realizar mensajes y contenidos específicos para cada persona en conformidad con sus características y sus preferencias (Bennett, 2015). El exdirector ejecutivo de Cambridge Analítica, Alexander Nix en una conferencia en la Concordia Anual Summit de Nueva York en 2016 expuso que la agregación de datos individuales de cientos de miles de personas ha posibilitado la creación de bases de datos de públicos que permiten conocer de forma muy detallada que tipo de mensajes se deben utilizar para influir en cada sector de la sociedad (Nix, 2016).

La utilización del *big data* en el campo de la política supuso un gran progreso para las estrategias y acciones de persuasión política, pero el verdadero avance se produjo cuando el análisis de datos posibilitó realizar una segmentación psicográfica de la población (Stillwell y Kosinski, 2012; Kosinski et al., 2013; Youyou et al., 2015). La acción

conjunta de los análisis de datos masivos y de la segmentación psicográfica ha hecho posible utilizar las limitaciones cognitivas de las personas y la personalización de los contenidos para manipular y cuartar la libertad de expresión de la ciudadanía (Suárez Gonzalo, 2018). Los denominados sesgos cognitivos de las personas son utilizados para influir en las mentes de las personas de una forma disimulada. Todos los ciudadanos se ven afectados por los sesgos cognitivos, estos sesgos hacen referencia a los errores comunes de la mente que acaban generando interpretaciones imperfectas y subjetivas de la información (Kahneman, 2011). En la vida diaria de las personas estos sesgos son inofensivos, pero inconscientemente crean formas de actuar irracionales. En el campo de la psicología se han identificado miles de sesgos cognitivos, algunos de ellos son tan sutiles que a los ciudadanos les puede resultar muy difícil reconocer que están actuando de forma irracional (Lakoff, 2004; Kahneman, 2011). Un ejemplo de estas limitaciones cognitivas es que la gente que ve más noticias de asesinatos violentos en las noticias tiende a pensar que la sociedad está volviéndose más violenta, cuando en realidad, las tasas de asesinato han descendido en todo el mundo durante los últimos veinte años. En el campo de la política, la utilización de estos sesgos cognitivos permite afectar de una forma casi imperceptible a los votantes y lograr influir de forma decisiva en su forma de pensar (Arceneaux, 2012). La personalización de la información implica una versión parcializada de la realidad ajustada a la personalidad de cada individuo, este fenómeno genera consecuencias perjudiciales para la democracia ya que crea contextos en los que solo se pueden vislumbrar determinados puntos de vista e ideologías (González, 2017). La constante exposición a determinadas opiniones y puntos de vista provoca que no se tengan en cuenta diferentes perspectivas de la realidad, desencadenando una limitación premeditada de los contenidos informativos que limita la capacidad de razonar de las personas (Sunstein, 2001).

En las campañas electorales, la utilización conjunta de las limitaciones cognitivas de las personas, de la personalización de contenidos y del fenómeno del *big data*, permite incidir de forma decisiva sobre las personas indecisas y lograr que se sientan identificados con una ideología determinada. Las nuevas tecnologías basadas en el *big data* han superado los marcos regulatorios y legales y han creado una nueva comunicación política personalizada basada en la evasión de la cognición y en el pensamiento irracional, esta nueva política está poniendo en serio riesgo los principios de la democracia (Fernando Mejía, 2020).

Los estudios psicométricos basados en el tratamiento de datos masivos llevados a cabo por investigadores de la Universidad de Cambridge fueron uno de los avances más importantes en la utilización del *big data* en política (Stillwell y Kosinski, 2012; Kosinski et al., 2013; Youyou et al., 2015). Estas investigaciones crearon y perfeccionaron una nueva forma de predecir las características y el comportamiento de las personas, nunca antes vista en la historia, a partir de las acciones realizadas por los usuarios de la red social Facebook. Estos estudios psicométricos están basados en el modelo OCEAN o de los cinco grandes rasgos de personalidad (O’Keefe et al., 2012), OCEAN es el acrónimo que hace referencia a estos cinco rasgos y a sus preguntas:

- O: Openess (apertura a nuevas experiencias y al cambio): ¿Disfrutas de nuevas experiencias?
- C: Conscientiousness (responsabilidad): ¿Prefieres el orden y la planeación en tu vida?
- E: Extroversion (extroversión): ¿Eres sociable? ¿Te gusta pasar tiempo con otros?
- A: Agreeable (cordialidad o amabilidad): ¿Pones las necesidades de los demás antes que las tuyas?
- N: Neuroticism (inestabilidad emocional): ¿Te preocupas mucho?

A cada categoría le corresponden diversas escalas, que analizadas en conjunto dan como resultado una predicción sobre la personalidad. Esta era la metodología utilizada tradicionalmente para evaluar la personalidad, con la aparición y desarrollo de los estudios psicométricos de Cambridge las preguntas y las encuestas ya no son necesarias, únicamente se necesita analizar las reacciones de los usuarios en la red social Facebook.

En un primer momento, Kosinski et al. (2013) demostraron que en base de un promedio de 68 *likes* (“me gusta” en castellano) de un usuario de Facebook se podía predecir por medio de un algoritmo su color de piel (95% de precisión), su orientación sexual (88% de precisión), su partido político (85% de precisión) y también su inteligencia, su religión, consumo de alcohol, etc. Posteriormente, Youyou et al. (2015) desarrollaron un estudio en el que se demostraba que por medio de los *likes* de Facebook un algoritmo era capaz de realizar un modelo de conducta humana con una fiabilidad muy elevada. Con diez *likes* este modelo era capaz de predecir el comportamiento de una persona con mayor precisión que un compañero de trabajo, con cincuenta *likes* mejor que un familiar y con trescientos mejor que la pareja. La base de estos estudios fue la

recopilación de grandes cantidades de *likes* de múltiples usuarios de Facebook. Hay que destacar que los *likes* no difunden gran cantidad de información, sino que solamente muestran que algún contenido le gusta, le disgusta o la llama la atención a un usuario, también hay que recalcar que los “me gusta” son reacciones públicas: no es necesario tener un perfil en Facebook, ni estar en contacto con el usuario que lo emite para poder verlo. Según Youyou et al. (2015), se podría pensar que los datos psicométricos tienen una precisión menor que los que se podrían recoger a partir de un evaluador humano de la personalidad, pero los resultados demuestran que los datos procedentes de las interacciones privadas de las personas son más precisos. Los participantes de una encuesta tienen la posibilidad de no decir la verdad, mientras que en las actividades que se plasman y se llevan a cabo en internet se describe con total precisión los comportamientos reales de las personas.

Con el paso del tiempo la tecnología del *big data* se ha desarrollado rápidamente, en la actualidad ya no tiene necesidad de analizar las reacciones de las personas en las redes sociales para predecir su personalidad, basta con analizar las preferencias musicales (Nave et al., 2018) o una imagen de la cara (Wang y Kosinski, 2018) para predecir la personalidad y descubrir las características de las personas. La sencillez con la que se puede predecir las características y las conductas de las personas a partir de pequeños detalles de sus vidas nos muestran la facilidad con la cual se puede controlar a la ciudadanía (Suárez Gonzalo, 2019). Las compañías privadas que dominan el espacio de internet y de la recolección de grandes cantidades de datos están ganando un poder inmenso gracias a los mecanismos que les permite predecir la personalidad de los ciudadanos y manipularla en función de sus intereses, este enorme poder pone en riesgo el adecuado funcionamiento de la opinión pública (González de la Garza, 2018)

Las herramientas creadas por los investigadores de la Universidad de Cambridge permiten crear perfiles psicológicos a partir de los datos de los ciudadanos, pero también pueden usarse para la búsqueda de perfiles específicos (Fernando Mejía, 2020). Este hecho supone la aparición de un motor de búsqueda de personas que puede ser muy útil en las contiendas electorales para detectar a los ciudadanos con unos determinados rasgos emocionales o ideológicos, como por ejemplo los votantes indecisos o los ciudadanos con unas características emocionales específicas. La industria del *big data* se ha convertido en una pieza fundamental de la nueva política, el especialista en *big data* Alistair Croll expuso que después de John Fitzgerald Kennedy no se podía ganar unas elecciones

americanas sin televisión, después del primer mandato de Barack Obama no se podían ganar las elecciones sin las redes sociales y después del segundo mandato de Barack Obama es imposible ganar las elecciones sin el *big data* (González, 2017). Las predicciones de Alistair Croll se materializaron en el referéndum de permanencia de Reino Unido en la Unión Europea y en las elecciones presidenciales de Estados Unidos de 2016, en la próxima sección nos centraremos en los detalles de estas contiendas y en el importante papel que jugó la empresa de comunicación política Cambridge Analytica. El tratamiento de la gran cantidad de datos personales que se encuentra en la red permite conocer detalladamente las características de cada ciudadano, si combinamos este fenómeno con el análisis de las bases de datos que recopila la policía y el sector comercial, los gobiernos y los poderes fácticos tienen la capacidad de saber el nombre, la edad, la localización, los intereses y la personalidad de millones de personas en el mundo (Fernando Mejía, 2020).

Las innovaciones introducidas por el *big data* han hecho posible la aparición y utilización de la denominada propaganda cognitiva electoral y el *microtargeting*. La propaganda computacional es una realidad dentro de la esfera comunicativa (Woolley y Howard, 2017), lo novedoso de esta propaganda es que no se trata de una propaganda pasiva, sino de una propaganda denominada activa o inteligente debido a que se basa en los sesgos emocionales y característicos de los ciudadanos para diseñar una campaña propagandística extremadamente detallada realizada a medida de una persona y de sus preferencias. Un ejemplo de este tipo de propaganda cognitiva sería ofrecerle argumentos basados en sus preferencias emocionales a un elector que se ha abstenido en las anteriores elecciones.

El *microtargeting* es el nuevo tipo de propaganda automatizada destinada a buscar ciudadanos específicos para ofrecerles propaganda activa de su agrado, con la capacidad de aprender de la interacción con los votantes basándose en su personalidad y readaptarse y afinarse a partir de las respuestas y reacciones dentro de un diálogo virtual entre los contenidos de la propaganda automatizada y el propio ciudadano (González de la Garza, 2018). Esta nueva forma de publicidad se denomina *microtargeting* porque su objetivo es agrupar a los diversos electores en segmentos muy pequeños sincronizados con los distintos perfiles psicométricos elaborados para dirigir los contenidos de la propaganda electoral, y de esta forma lograr que la información personalizada alcance su objetivo. En la actualidad es normal observar que en cualquier búsqueda en internet tras visitar un

comercio virtual nos aparezca información u ofertas de los productos que hemos visitado anteriormente, este tipo de publicidad se realiza gracias a la aceptación y uso de los *cookies* (López Jiménez, 2011). Esta forma de seguimiento es la equivalente del *microtargeting* electoral pero en una dimensión comercial. La gran diferencia entre el *microtargeting* comercial y el electoral, es que el electoral interactúa y aprende continuamente de la persona a la que tratará de convencer por medio de argumentos emocionales que imiten sus intereses personales, emocionales y sociales y con variantes de una campaña propagandística adaptadas a su perfil psicológico (González de la Garza, 2018). La técnica del *microtargeting* expone a los ciudadanos a una información determinada especialmente seleccionada para cada uno de ellos, pero estos contenidos en ningún momento dicen de forma explícita qué producto consumir o a que candidato votar, sino que configura una información favorable a estos objetivos en consonancia con el perfil de cada persona (Suárez Gonzalo, 2018). La propaganda computacional se ha convertido en uno de los instrumentos más poderosos en contra de la democracia, ya que ha creado una nueva forma de ingeniería social dedicada a romper y manipular los modelos de opinión pública (Bond et al., 2012; Woolley y Howard, 2017). Los sistemas de propaganda cognitiva electoral funcionan paralelamente a poderosas redes de distorsión de la opinión pública basadas en la introducción de tendencias en la red y la macrodifusión de contenidos falsos para moldear la opinión pública.

Estos dos fenómenos posibilitan una rápida intoxicación de la opinión pública y están muy vinculados con la toma de decisiones de forma automática por parte de los algoritmos de internet y de las redes sociales. Olier (2019) expone que un algoritmo es un conjunto de instrucciones que determinan el contenido y la secuencia de un conjunto de acciones determinadas capaces de transformar unos datos en un resultado final. Los algoritmos que deciden que contenidos aparecen en la página principal de redes sociales y webs y que sugieren a los usuarios determinadas páginas o noticias se basan en diversos criterios marcados por las grandes empresas digitales que dominan la esfera de internet y por sus intereses comerciales y políticos (Arellanes Juárez y Iñigo Dehud, 2020). Estos criterios se ciñen a los intereses comerciales y políticos de estas compañías, descuidando en algunas ocasiones la utilización de estos mismos algoritmos o de los contenidos que promocionan para la realización de campañas de distorsión política y de difusión de contenidos de dudosa veracidad (Wylie, 2019).

Las redes de distorsión de la opinión pública están originadas por diversos grupos de interés a nivel nacional e internacional capaces de modificar la agenda de la opinión pública en los principales temas de interés político por medio de la manipulación de tendencias basadas en la generación de *hashtags* hasta lograr posicionamientos destacados como son los *trending topics* (González de la Garza, 2018). Toda esta estructura de manipulación se sustenta en el tratamiento de los datos masivos de las redes sociales y en la colocación estratégica de contenidos en determinados sectores de la sociedad. Estas tendencias distorsionadoras son creadas de forma totalmente artificial e intencionada por las propias redes sociales o por granjas de ordenadores o *bots* automatizados al servicio de los grupos de interés (Howard et al., 2018). Las conductas de las granjas de ordenadores y de los *bots* se han visto claramente beneficiadas por las laxas reglamentaciones de las redes sociales. La utilización de pseudónimos, la capacidad para mantener el anonimato y la posibilidad de controlar grandes cantidades de cuentas han sido algunas de las características que han potenciado las tendencias de manipulación de la esfera social, además de aumentar la impunidad de estas conductas y dificultar la persecución de los promotores de estos tipos de actividades (Ferrara et al., 2016).

En un principio, estas técnicas de persuasión fueron diseñadas para el beneficio de la sociedad, su finalidad era combatir la propaganda política que las organizaciones terroristas vertían en las redes sociales por medio de narrativas dinámicas que protegieran la libertad de la opinión pública. Con el paso del tiempo, estas técnicas han demostrado tener una gran influencia sobre la sociedad y han pasado a ser utilizadas para manipular y distorsionar a la opinión pública de la sociedad (Bradshaw y Howard, 2017). En la nueva esfera social comunicativa dominada por internet, la opinión pública virtual se ha convertido en un espacio de gran importancia. Internet y en particular las redes sociales se ha convertido en un espacio en el que se produce una constante experimentación social destinada a la desestabilización y manipulación premeditada de las sociedades (González de la Garza, 2018). A parte de las redes de distorsión de la opinión pública encontramos otro fenómeno vinculado con la utilización del *big data* y de la propaganda cognitiva, esta es la industria de las *fake news*.

El fenómeno de las *fake news* utiliza la misma estructura de análisis de datos que la propaganda cognitiva y la misma forma de operar que las redes de distorsión, pero en este caso los contenidos que se difunden no tienen intención de convencer a los ciudadanos, sino de confundirlos. Pauner Chulvi (2018) expone que las *fake news* son informaciones

publicadas en las plataformas digitales de comunicación que carecen de fuentes reconocidas, que no están verificadas ni comprobadas y que su principal motivación es la manipulación de la sociedad a partir de la desacreditación, la creación de inseguridades o la desestabilización de apoyos. Las *fake news* están basadas en escuetos mensajes con llamativos titulares basados en imágenes y videos destinados a introducir contenidos vinculados a la posverdad en el circuito de la información, estos mensajes tiene un efecto inmediato en la opinión de la ciudadanía (Zafra, 2017). La propia estructura de los mensajes y la rápida y gigantesca difusión dificultan, e incluso podríamos decir impiden, refutarlas y desmentir las falsedades de este tipo de mensajes. Un ejemplo de esta situación es la campaña sobre inmigración que se realizó en el referéndum del Brexit. Los promotores de salir de la Unión Europea llevaron a cabo una divulgación de imágenes en las redes sociales en las que se podía ver una gran cola de refugiados que trataban de entrar en Europa. Esta campaña tuvo un fuerte impacto sobre la población británica, las imágenes vinculaban directamente una crisis de los refugiados con mantenerse en la Unión Europea. Aunque las imágenes difundían una información totalmente falsa, tuvieron un gran efecto en la opinión de la ciudadanía y fueron decisivas en la victoria del bando favorable a la salida (D'Ancona, 2019).

La expansión de las *fake news* se ha visto beneficiada por los algoritmos que rigen el funcionamiento de las redes sociales y por las cámaras de resonancia (D'Ancona, 2019). Los algoritmos que las redes sociales utilizan para mostrar el orden de las noticias dentro de estas son una pieza esencial en el proceso de contaminación de la información que consume la opinión pública (Cardon, 2018). Estos algoritmos promocionan información a los usuarios basándose en la cantidad de veces que esta ha sido visualizada por otros usuarios, pero sin tener en cuenta la veracidad de esta. La difusión masiva y en un breve periodo de tiempo de contenidos vinculados a las *fake news* permite que este tipo de noticias pueda llegar a miles de personas gracias a los propios mecanismos de funcionamiento interno de las redes sociales (Fernández García, 2017). Las cámaras de resonancia, gracias al tratamiento de datos masivos y a los estudios psicométricos, hacen posible crear sistemas de información personalizados para cada persona en los que determinadas ideas o mensajes son amplificadas por medio de la repetición y la transmisión mientras que los contenidos contrarios a estos se representan de manera minoritaria o se eliminan (Sunstein, 2001).

El desarrollo y aplicación de estas nuevas técnicas vinculadas con los datos masivos amenazan de forma clara la libertad de los ciudadanos debido a que posibilita la limitación del derecho fundamental a la información, crea contenidos destinados a manipular a la sociedad e introduce contenidos para distorsionar la opinión pública (Dutton et al., 2017). En esta línea, Nix (2016) expone que la tecnología de los datos masivos ha permitido realizar una comunicación política basada en la personalización de los contenidos y en la contaminación de la esfera pública para lograr inclinar a la ciudadanía hacia una determinada forma de ver el mundo. La utilización del *big data* en el campo social y político entraña grandes peligros vinculados con la privacidad de la ciudadanía, la libertad de expresión y la manipulación de la sociedad.

La reiterada violación de la intimidad de las personas como consecuencia de la aparición del IoT y de la debilidad de las normativas de protección de datos, el enorme poder amasado por los GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon y Microsoft) debido al tratamiento de información de millones de personas y la capacidad de descubrir las características y predecir el comportamiento de las personas por medio del tratamiento de datos masivos han creado un clima de constante vigilancia a nivel mundial. Las consecuencias de estas cuestiones están creando un tejido de vigilancia social similar al descrito por George Orwell en su libro *1984* (Orwell, 2010) en el cual las acciones, conductas y pensamientos de los ciudadanos son predecibles y controlables (González, 2017). Este clima de control total de la población está afectando a los pilares del sistema democrático y está invirtiendo los principios de la democracia monitorizada (Keane, 2013). La capacidad de vigilar a la ciudadanía que tienen los centros de poder y las grandes compañías está provocando una inversión de las reglas de la democracia monitorizada, en vez de ser los ciudadanos los que monitorizan a los centros de poder y a las grandes compañías, son estos los que vigilan las acciones y los pensamientos de las personas. Frente a la democracia monitorizada se erige un nuevo formato de democracia: la denominada democracia vigilada.

En la próxima sección expondremos un caso práctico de la utilización de la industria del *big data* para interferir en procesos democráticos. Realizaremos un análisis de los procesos y actividades llevadas a cabo por la empresa británica Cambridge Analítica y sus filiales en la victoria del Brexit en el referéndum de permanencia de Reino Unido en la Unión Europea de 2016 y en la victoria de Donald Trump en las elecciones presidenciales estadounidenses de 2016. En este caso se puede observar claramente los

principales riesgos que entraña la utilización del *big data* para la ciudadanía y para la democracia: la violación de la privacidad de las personas, la importancia de los gigantes digitales en el nuevo contexto mundial dominado por los datos y la utilización del *big data* para manipular a la población.

3.2. Democracia vigilada: el caso de Cambridge Analytica

El desarrollo de la nueva esfera comunicativa liderada por internet ha propiciado una utilización constante de las plataformas e instrumentos conectados a la red y una dataficación de la esfera pública (Cardon, 2018), este fenómeno ha sido aprovechado por las grandes compañías digitales y los centros de poder para aumentar su capacidad de controlar y vigilar a la ciudadanía, dando lugar a la denominada sociedad de la vigilancia (Zuboff, 2019). El contexto de vigilancia y control que existe en nuestras sociedades se contrapone con las condiciones idílicas para el funcionamiento de la democracia monitorizada y limita la libertad de expresión de los ciudadanos (Zuboff, 2015).

La combinación entre la dataficación, las débiles legislaciones sobre privacidad y la aparición del fenómeno del *big data* ha hecho posible la realización de campañas de manipulación y distorsión de la opinión pública (Suárez Gonzalo, 2019). Las primeras grandes campañas políticas en las que se utilizó el tratamiento masivo de datos con la finalidad de persuadir e influenciar a la población fueron las campañas electorales de Barack Obama en las elecciones presidenciales estadounidenses de 2008 y 2012 (Newman, 2016). En estas contiendas, se utilizó el *big data* para la personalización y la introducción de contenidos de forma estratégica en las redes sociales (Gerodimos y Justinussen, 2015). En la última década también podemos subrayar múltiples campañas de desinformación y contaminación de la opinión pública en múltiples países del mundo entre los que destacan EEUU, Alemania, Brasil, Polonia, Canadá, Rusia, etc. (Woolley y Howard, 2017). A lo largo de este capítulo profundizaremos en las acciones de manipulación social llevada a cabo por la empresa Cambridge Analytica en la victoria del Brexit en el referéndum de permanencia de Reino Unido en la Unión Europea de 2016 y en la victoria de Donald Trump en las elecciones presidenciales estadounidenses de 2016.

La empresa Cambridge Analytica fue una empresa filial de SCL Group con sede en Londres, Whashington y Nueva York que se fundó en 2013. La compañía estaba formada por una sección comercial dedicada al marketing y a la publicidad, y otra sección política que se dedicaba a las campañas de comunicación política. El modelo de negocio de

Cambridge Analytica consistía en la elaboración de operaciones de comunicación estratégica con el objetivo de modificar la opinión de grupos vulnerables de una población en favor de objetivos concretos. Para conseguir este propósito esta empresa investigaba un público objetivo para conocer sus características principales; extraía datos de este público y los introducía en una base de datos, estudiaba segmentos sociales propensos a responder de forma favorable a mensajes y realizaba campañas específicas para influir sobre segmentos clave de la sociedad (Berghel, 2018). Pasamos ahora a centrarnos en las técnicas utilizadas por Cambridge Analytica y otras filiales de SCL Group en las contiendas electorales de Reino Unido y Estados Unidos en el año 2016.

El elemento clave de las actuaciones de este conglomerado de empresas en estas campañas electorales es la filtración de datos privados de 87 millones de usuarios de Facebook en el año 2014, de estos 87 millones de usuarios aproximadamente 70 millones eran perfiles de ciudadanos estadounidenses y 1 millón eran de personas de Reino Unido (Schroepfer, 2018). Según el testimonio del ex trabajador y *whistleblower* de Cambridge Analytica Christopher Wiley, publicado en *The Guardian* (Cadwaladr, 2018a; Cadwaladr y Graham-Harrison, 2018) y en *The New York Times* (Rosenberg et al., 2018), la obtención de estos datos se produjo gracias al trabajo del profesor del Departamento de Psicología de la Universidad de Cambridge, Aleksandr Kogan. Su trabajo se basó en imitar la aplicación de Facebook de análisis psicométrico *myPersonality*, desarrollada en la Universidad de Cambridge con finalidades académicas cuyos resultados fueron publicados en 2012 (Stillwell y Kosinski, 2012).

La aplicación desarrollada por Aleksandr Kogan se denominó *This is Your Digital Life*, esta plataforma se puso en marcha en 2014 y se dedicaba a ofrecer un test de personalidad a los usuarios de Facebook. Los usuarios que la utilizaban consentían ceder los datos de sus cuentas para fines académicos a cambio de una compensación económica de 2 o 3 \$, pero en realidad estos datos fueron utilizados con la finalidad de estudiar a la población para manipularla políticamente. Aproximadamente 300.000 usuarios realizaron el test y dieron su consentimiento para que esta aplicación recolectara todo tipo de datos sobre su perfil y sus actividades en la red social (por ejemplo, género, preferencias, ubicación, cumpleaños, información sobre los “me gustas”, etc.). Pero la clave de esta aplicación residía en que las débiles leyes de privacidad de Facebook posibilitaron acceder también a este tipo de datos de los “amigos” de los usuarios que realizaron el test, incrementando la extracción de datos hasta perfiles de 87 millones de personas (Vercelli, 2018). Esta era

una de las potencialidades sobre extracción de datos que permitía Facebook a las aplicaciones que hacían uso de su plataforma en la cual los “amigos” de las personas que participaban en este tipo de aplicaciones nunca aceptaban explícitamente los términos legales de la aplicación, meses después de este escándalo de violación de la privacidad de los usuarios fueron restringidas este tipo de prácticas.

Cambridge Analytica y las otras empresas vinculados con SCL Group utilizaron los métodos desarrollados por Stillwell y Kosinski (2012), Kosinski et al., (2013) y Youyou et al. (2015) para la realización de análisis psicométricos a partir de la información obtenida de la aplicación *myPersonality* para procesar los datos recogidos por la nueva plataforma creada por Aleksandr Kogan, *This is Your Digital Life*. Como hemos expuesto en la sección anterior, estos métodos permiten descubrir características personales de las personas a partir de registros digitales de conducta humana en Facebook como son la información del perfil o los *likes*. En Rosenberg et al. (2018), Christopher Wylie explica que gracias a estas nuevas herramientas Cambridge Analytica obtuvo una descripción de los perfiles psicológicos y de afinidades políticas de millones de usuarios de esta red social, además, utilizó los resultados de los tests de personalidad de la aplicación *This is Your Digital Life* realizados por 300.000 personas como grupo de control de validez del trabajo realizado sobre el conjunto de los datos extraídos. Para completar este trabajo de tratamiento de datos, Wylie (2019) expone que Cambridge Analytica usó información de bases de datos de consumidores para combinar la información psicológica de los individuos con teléfonos, correos electrónicos y direcciones postales, logrando así una detallada base de datos sobre millones de personas alrededor del mundo. Estas bases de datos contenían desde una foto de la persona, el trabajo que realizaba, la localización de su casa, la música que le gustaba, hasta la cantidad de dinero que tenía en el banco, el estado de salud y el perfil psicológico. Toda esta información permitía recrear las vidas de las personas, actualizada al instante gracias a Facebook, dentro de un ordenador para utilizarlo con finalidades persuasivas y manipulativas.

Christopher Wylie ha revelado que el tratamiento de los datos procedentes de estas bases de datos fue utilizado en diversas campañas de *microtargeting* y distorsión política con el objetivo de manipular la opinión de los votantes en contiendas electorales entre 2014 y 2016 (Cadwaladr, 2018a). En estas campañas electorales Cambridge Analytica introdujo una innovación respecto a los trabajos de *microtargeting* y distorsión política realizadas anteriormente, empezó a utilizar las denominadas operaciones psicológicas

(*psychological operations* o PSYOPS). Este tipo de operaciones psicológicas son un tipo de tácticas militares de guerra informativa con el objetivo de ejercer influencia sobre las personas de tipo manipulativo y no persuasivo. Las PSYOPS son un tipo de ataque que consiste en la localización de grupos vulnerables a las ofensivas psicológicas y en el lanzamiento de mensajes para afectar a sus emociones y conseguir su movimiento hacia una determinada opinión que favorezca los intereses militares (Suárez Gonzalo, 2018). En un principio, este tipo de operaciones psicológicas eran utilizadas por los ejércitos nacionales en contiendas bélicas y en la lucha contra el narcotráfico, su utilización en campañas electorales entraña grandes peligros para la democracia (Haig y Hajdu, 2017). Los análisis psicográficos realizados por Cambridge Analytica desvelaron también nuevas aplicaciones manipulativas a partir del modelo de personalidad OCEAN. Los investigadores descubrieron que existe un pequeño grupo social en el cual destacan los rasgos de narcisismo, maquiavelismo y psicopatía (los denominados rasgos de la “triada oscura”), los cuales son más propensos a conductas antisociales, rabia impulsiva y acciones agresivas (González Moraga, 2015). La introducción de contenidos y noticias personalizadas para estos colectivos vía internet conseguía potenciar estos rasgos y manipular a estos individuos hacia una determinada postura, logrando que estos inflamaran las redes sociales, influyeran sobre sus círculos sociales y crearan un clima de distorsión social (García y Sikström, 2014).

Antes de utilizar toda su maquinaria de *big data* manipulativo en las contiendas electorales británicas y estadounidenses del 2016, Cambridge Analytica realizó campañas de manipulación electoral en elecciones de países subdesarrollados como Trinidad y Tobago, Ucrania, Moldavia y Nigeria para verificar el correcto funcionamiento de los mecanismos de tratamiento de datos masivos y de las técnicas de manipulación (Wylie, 2019). Una vez se confirmó la eficacia de sus acciones, Cambridge Analytica y las otras empresas del SCL Group empezaron a realizar campañas de persuasión y manipulación en importantes procesos electorales del mundo: colaboraron con el candidato Ted Cruz en las elecciones primarias republicanas, lograron la salida de Reino Unido de la Unión Europea y ayudaron a Donald Trump a vencer las elecciones presidenciales estadounidenses. En las siguientes secciones nos centraremos en el Brexit y en la victoria de Donald Trump: expondremos las técnicas de manipulación masiva utilizadas, las estrategias utilizadas y como afectaron estas técnicas y estrategias al resultado final de estos procesos electorales.

3.2.1. Campaña electoral del Brexit

En este proceso electoral el SCL Group, mediante sus filiales Cambridge Analytica y AggregatedIQ (AIQ), participó en las campañas políticas *Leave.eu* (vinculada con el partido de extrema derecha UKIP) y *Vote Leave* (vinculada con el partido conservador) favorables a la salida de Reino Unido de la Unión Europea (Cadwaladr, 2017b). El principal financiador de las operaciones realizadas por SCL Group durante esta contienda fue el multimillonario empresario británico favorable a la salida de la Unión Europea, Arron Banks. La legislación británica impedía la colaboración en más de una campaña de apoyo al Brexit, aunque en un primer momento SCL Group colaboraba solamente con *Leave.eu*, por medio de un entramado de empresa internacionales consiguió sortear esta ley y finalmente también realizó trabajos para *Vote Leave* (Cadwaladr, 2017b).

Los líderes pro-Brexit tenían claro que solamente con el voto de los partidarios del Brexit vinculados con los partidos conservadores no se podía ganar el referéndum, por esta razón era muy importante atraer los máximos votos posibles de ciudadanos de otros espectros políticos. Cambridge Analytica fue contratada para identificar a los potenciales votantes laboristas, a los votantes de otros partidos y a las personas que no solían votar con la finalidad de persuadirlos para que votarán *leave* o para que no acudieran a votar (Wylie, 2019). El objetivo del trabajo de Cambridge Analytica era manipular a la mayor cantidad de votantes no conservadores que fuera posible. Para realizar este trabajo Cambridge Analytica utilizó sus bases de datos para descubrir los grupos más vulnerables a la manipulación y realizó una gran campaña de *microtargeting* y distorsión informativa a escala nacional.

Por una parte, realizó una campaña de *microtargeting* enfocada directamente a un selecto grupo de votantes indecisos con opciones de votar *leave* en el referéndum (Wylie, 2019). El análisis de las características de los votantes por medio del *big data* destapó dos grandes preocupaciones de este segmento de población: las cuestiones de justicia social y el trato de los inmigrantes de la Commonwelath. La campaña *Vote Leave* creó una rama progresista denominada *BeLeave* que se concentró en la introducción de publicidad vinculada con temas como la paridad en el trato de los inmigrantes, la discriminación de los pasaportes de personas de fuera de la Unión Europea y la protección medioambiental (Cadwaladr, 2018b). Wylie (2019) expone que en las semanas anteriores al referéndum esta campaña difundió más de un centenar de anuncios con más de mil mensajes diferentes dependiendo de las características y emociones de los votantes focalizadas en

un segmento vulnerable de votantes progresistas que fueron vistas más de ciento setenta millones de veces.

Por otra parte, se invirtió una gran cantidad de dinero en realizar una campaña de distorsión por medio de la introducción de contenidos de dudosa veracidad y *fake news* en las redes sociales. Estas informaciones se centraban en cuestiones vinculadas con la inmigración y en cuestiones económicas (D’Ancona, 2019). Respecto a la inmigración, estas campañas difundían contenidos en los que se exponía que la pertenencia a la Unión Europea provocaba una emigración de trabajadores de baja calidad hacia Reino Unido que disminuía la calidad de vida de los británicos y que la posible entrada de Turquía en la Unión Europea daría lugar a una avalancha de refugiados. Respecto a la economía, se difundieron informaciones en las que se decía que el coste semanal de ser miembro de la Unión Europea era de 350 millones de libras, que la mayoría del presupuesto de la Unión Europea se destina a pagar los sueldos de los funcionarios comunitarios y que la inversión procedente de la Unión Europea en Reino Unido es mínima y la inversión de otras naciones como China tiene unos niveles elevados. Una encuesta de la empresa Ipsos de junio de 2016 refleja la influencia de estas afirmaciones sobre la opinión pública británica: los británicos pensaban que el porcentaje de presupuesto de la UE destinado a pagar a los funcionarios comunitarios era el 27% cuando en realidad era el 6%, que la inversión procedente de los países europeos en Reino Unido era el 30% del total cuando en realidad era el 48% y que la inversión china era el 19% del total cuando solamente representaba el 1% (Ipsos, 2016b). La repetición masiva de este tipo de afirmaciones enfocada a un determinado sector de la sociedad con características psicográficas agresivas incendió las redes sociales, dio lugar a un clima de indignación que redujo la necesidad de obtener explicaciones racionales (Craker y March, 2016) y creó un ambiente distorsionado propicio para el avance de las candidaturas favorables al *leave*.

El trabajo de manipulación social llevado a cabo por Cambridge Analytica y AggregatedIQ gracias a la filtración de datos de Facebook, al tratamiento de datos masivos de sus bases de datos y a las campañas de influenciación y distorsión personalizadas permitió afectar de una forma emocional a la sociedad británica por medio de dos temas candentes como eran la inmigración y las cuestiones económicas vinculadas con la Unión Europea. El movimiento pro-Brexit, por medio de la campaña de manipulación enfocada hacia los votantes progresistas vulnerables y la operación de distorsión lanzada en redes sociales, logró crear una alianza contraintuitiva entre votantes

progresistas, inmigrantes y votantes conservadores antiinmigración (Wylie, 2019). El día del referéndum venció la opción de abandonar la Unión Europea con el 51,89% de los votos. Esta fue la primera gran victoria electoral en la que participó Cambridge Analytica y la antesala de su participación en la campaña de Donald Trump en las elecciones presidenciales estadounidenses del 2016. Esta victoria puso de manifiesto el enorme poder de manipulación de los mecanismos de tratamiento de datos masivos y la importancia de las redes sociales en las contiendas electorales. Pasamos ahora a analizar la participación de Cambridge Analytica en la victoria electoral de Donald Trump.

3.2.2. Campaña electoral de Donald Trump

Cambridge Analytica comenzó sus trabajos de manipulación política en los Estados Unidos en la campaña por la nominación republicana de Ted Cruz, la compañía utilizó esta contienda para comprobar el correcto funcionamiento de sus técnicas y perfeccionar su funcionamiento. Con la derrota de Ted Cruz y la nominación de Donald Trump como candidato republicano, el equipo electoral de Donald Trump contrató los servicios de Cambridge Analytica para vencer las elecciones presidenciales. En esta contienda Donald Trump se enfrentó a la candidata demócrata, Hillary Clinton. El trabajo de Cambridge Analytica en esta campaña electoral se basó en tres grandes tácticas: *microtargeting* personalizado para los potenciales votantes republicanos, una campaña de inflamación social a nivel nacional de los partidarios de Donald Trump y una estrategia de supresión de votos enfocada a los votantes demócratas (Wylie, 2019).

La capacidad de conocer detalladamente las características personales y emocionales de los votantes que Cambridge Analytica había conseguido gracias a los análisis psicográficos y a la tecnología del *big data* revolucionó la campaña de Donald Trump (Rodríguez-Andrés, 2018). Esta gran cantidad de datos permitió realizar operaciones de *microtargeting* centradas en los votantes indecisos y en los potenciales votantes republicanos. El trabajo realizado por Cambridge Analytica para el candidato Ted Cruz demostró que existían relaciones entre los rasgos personales de los votantes y los resultados políticos, esta relación abrió las puertas a la personalización de los mensajes electorales para ajustarse a los diferentes perfiles psicométricos y su contexto. El nuevo *microtargeting* pasó de diferenciar a los grupos de votantes entre hombres, mujeres, votantes blancos, votantes afroamericanos, votantes ricos, votantes pobres, etc. a realizar una segmentación totalmente individualizada basada en las características de cada persona (Bennett, 2015). Wylie (2019) expone diversos ejemplos de cómo se puede

manipular a esas personas por medio de la publicidad personalizada. Si se trata de una mujer blanca de clase baja que vive en el umbral de la pobreza y que observa en la televisión que las personas inmigrantes viven mejor que ella y que los afroamericanos defienden que los ciudadanos blancos son privilegiados en Estados Unidos, un publicidad a favor de Donald Trump centrada en medidas restrictivas con la inmigración y una disminución de las ayudas a la población afroamericana tiene un gran poder de manipulación. Si se trata de un hombre blanco de clase media con licencia de armas al cual la administración le niega las ayudas sociales continuamente, un publicidad a favor de Donald Trump enfocada al aumento de las libertades con las armas y a la eliminación de las ayudas sociales aumentará las posibilidades de que vote al partido republicano. Paralelamente al *microtargeting* también se utilizaron técnicas de inflamación social y de supresión de voto.

Cambridge Analytica creó una red de inflamación política y aumento de la ira de la ciudadanía por medio de la red social Facebook y de su algoritmo (Rodríguez-Andrés, 2018). Cambridge Analytica introdujo páginas con nombres vinculados a la ideología del partido republicano, gracias a la forma de funcionar del algoritmo interno de Facebook estas páginas aparecieron en los contenidos recomendados de otras personas que le habían dado *like* a contenidos similares, dando lugar a la creación de enclaves de personas con una ideología similar. A medida que los usuarios se unían a estas páginas se introducían contenidos específicamente seleccionados para las características de las personas integrantes y así lograr aumentar su irritación y conseguir una mayor implicación y compromiso con la candidatura de Donald Trump. En un primer momento, estos grupos se crearon a nivel local y del condado, pero con el paso del tiempo se crearon grupos a nivel estatal y finalmente grupos a nivel nacional. Estas páginas potenciaron la formación de una gran plataforma nacional de radicalización ideológica y de propagación de rumores y distorsión informativa a favor del candidato republicano en las redes sociales (Wylie, 2019). Junto a estas campañas de atracción de votantes, también se realizaron operaciones sobre los potenciales votantes del partido demócrata.

Las operaciones que se realizaron sobre los votantes demócratas son las denominadas estrategias de supresión de votos (*voter supresión* en inglés). Estas campañas se centraron sobre las mujeres jóvenes, los afroamericanos y los votantes blancos liberales, el objetivo de estas operaciones era sembrar dudas acerca de las aptitudes y características de Hillary Clinton para ser presidenta de los Estados Unidos e invitarlos a que no fueran a votar el

día de las elecciones o que votaran por el candidato de un tercer partido (Ravel, 2018). Para realizar este propósito, Cambridge Analytica desplegó una gran campaña de anuncios negativos en las redes sociales, adaptados al perfil psicográfico de cada uno de esos colectivos, en los que se difundían contenidos vinculados con aspectos discutidos de la vida de Hillary Clinton, noticias de dudosa veracidad sobre su campaña o directamente *fake news* (Guess et al., 2018). Entre estos contenidos destacaban noticias sobre Hillary Clinton en las que se decía que era racista, que había creado el grupo terrorista Estado Islámico, que el líder de Estado Islámico hacía un llamamiento para apoyar su candidatura, que había ordenado el asesinato de un agente del FBI que la investigaba o que era una de las máximas responsables de una red de pedofilia a nivel internacional (D'Ancona, 2019). Estas *fake news* relacionadas con Hillary Clinton sumadas a otras vinculadas con Donald Trump, como que el papa Francisco apoyaba a la candidatura de Donald Trump o que Donald Trump ofrecía billetes gratis a África y México para los inmigrantes que desearan marcharse de Estados Unidos fueron decisivas para la manipulación de la ciudadanía (Rodríguez-Andrés, 2018). La encuesta de la empresa Ipsos para Buzz-Feed realizada en diciembre del 2016 muestra que el 86% de los partidarios de Donald Trump y el 58% de los de Hillary Clinton le dieron validez a estas noticias (Ipsos, 2016a). Allcott y Gentzkow (2017) estudiaron el fenómeno de las *fake news* en la campaña electoral estadounidense de 2016 y constataron el excelente trabajo de distorsión política realizado por Cambridge Analytica: durante los tres últimos meses de campaña las noticias falsas que circulaban en Facebook y beneficiaban a Donald Trump se compartieron treinta millones de veces, mientras que las favorables a Hillary Clinton solamente llegaron a ocho millones. Las operaciones de *microtargeting* enfocadas a la personalidad y las características de cada segmento de la población y la estrategia de inflamación política orquestada en Facebook se aceleraron en las últimas semanas de campaña y devinieron fundamentales para la victoria de Donald Trump. El día de las elecciones Donald Trump obtuvo 304 congresistas por los 227 de Hillary Clinton, estos resultados le otorgaron la presidencia de los Estados Unidos.

Cambridge Analytica gracias a la extracción de millones de datos de Facebook, a la evolución de las técnicas de tratamiento masivo de datos y a las estrategias de publicidad personalizada y distorsión informativa en internet creó una maquinaria de manipulación democrática nunca antes vista en la historia (Wylie, 2019). Para conseguir este propósito, Robert Mercer y sus inversiones multimillonarias en la empresa fueron fundamentales

(Cadwaladr, 2017a). Robert Mercer es un multimillonario científico informático estadounidense que hizo fortuna con el desarrollo de la Inteligencia Artificial y es el actual director ejecutivo del fondo de inversión Renaissance Technologies, es conocido mundialmente por su implicación con la ideología ultraconservadora. La donación de millones de dólares al partido republicano y la financiación del portal de noticias ultraconservador *Breitbart* son dos de los principales ejemplos. Robert Mercer decidió financiar a SCL Group, grupo al que pertenece Cambridge Analytica, vistas las grandes posibilidades tanto comerciales como políticas que tenía las nuevas técnicas de análisis y manipulación de la población mediante el *big data* (Wylie, 2019). La vinculación y las donaciones multimillonarias a las campañas electorales de Ted Cruz en un primer momento y de Donald Trump finalmente, hicieron que Cambridge Analytica se implicara en estas campañas y también en la del Brexit, en este caso gracias a sus amistades dentro de la esfera conservadora británica (Cadwaladr, 2017a). Las grandes inversiones en publicidad vía internet y redes sociales por parte de Robert Mercer en el caso de las elecciones estadounidenses y de Aaron Banks en el Brexit fueron fundamentales para la manipulación de la opinión pública y la consecución de sus objetivos políticos (Cadwaladr, 2017b).

En esta sección del trabajo nos hemos centrado en las actividades llevadas a cabo por la compañía Cambridge Analytica. Primeramente, hemos expuesto la vinculación entre Cambridge Analytica y Facebook, las técnicas utilizadas para extraer los datos de millones de usuarios, el desarrollo de técnicas de tratamientos de datos masivos que permiten descubrir las características psicográficas de las personas y vincularlas con otros datos privados para crear bases de datos inteligentes sobre los votantes y las estrategias utilizadas para introducir contenidos personalizadas para cada persona y manipular su forma de pensar y opinar. A continuación, nos hemos centrado en analizar las técnicas de manipulación de Cambridge Analytica en la campaña a favor de la salida de Reino Unido de la Unión Europea en el referéndum de 2016 y en la campaña electoral de Donald Trump en las elecciones presidenciales estadounidenses de 2016. Estos casos nos han servido para observar la utilización del *big data* en técnicas de manipulación masiva vía internet en importantes contiendas electorales a nivel mundial.

El actual contexto de constante vigilancia en la que vive la ciudadanía está provocando efectos dañinos a la democracia (Zuboff, 2015). Los ciudadanos apenas disponen de privacidad, todas sus acciones, emociones y pensamientos son constantemente analizados

y tratados con finalidades comerciales o manipulativas por el *big data* (Gil, 2016; Polo Roca, 2020). Las grandes plataformas digitales, los denominados GAFAM, han amasado un gran poder económico y manipulativo gracias a la gran cantidad de datos personales de usuarios que disponen en sus plataformas (Miguel De Bustos y Izquierdo-Castillo, 2019). Los poderes fácticos aprovechan este contexto de control y vigilancia para introducir determinadas ideologías en la opinión pública y para manipular las elecciones democráticas (Cadwaladr, 2017a). El denominado capitalismo de la vigilancia (Zuboff, 2015) ha transformado la democracia y ha creado un nuevo tejido democrático: la denominada democracia vigilada. En el próximo apartado, realizaremos una contraposición entre la democracia monitorizada y la democracia vigilada. En un primer momento, recordaremos las principales características de la democracia monitorizada, a continuación expondremos las particularidades de la democracia vigilada y finalmente realizaremos una comparación de estos dos formatos de democracia.

3.3. La democracia monitorizada en contraposición con la democracia vigilada

La democracia monitorizada es una forma política caracterizada por el nacimiento y desarrollo de múltiples mecanismos examinadores de poder de carácter extraparlamentario que han provocado cambios en la importancia de los diferentes personajes del sistema democrático (Keane, 2009c; Feenstra, 2012a; Feenstra et al., 2016). Las elecciones, los parlamentos y los partidos políticos se mantienen como elementos esenciales para el funcionamiento de la democracia, pero pierden cierto protagonismo en favor de iniciativas de la ciudadanía y de la sociedad civil centradas en monitorizar a los poderes de la sociedad, como son las movilizaciones ciudadanas organizadas a través de las redes sociales o la denuncia y protesta pública de sectores de la población frente a actuaciones y decisiones políticas (Keane, 2002, 2009c; Feenstra, 2012a; Keane, 2013). La democracia monitorizada no se explica solamente por el desarrollo de un conjunto de agentes monitorizadores, sino que también es de gran importancia la capacidad de estos de difundir y hacer oír sus voces plurales por medio de una nueva esfera comunicativa: la denominada nueva galaxia mediática (Keane, 2009c; Feenstra, 2012b; Keane, 2013)

El surgimiento y funcionamiento de la democracia monitorizada está directamente vinculado con la nueva galaxia mediática, la consolidación de esta nueva galaxia liderada por internet es el elemento fundamental para este formato de democracia (Keane, 2009c; Feenstra, 2012a). La nueva esfera comunicativa y la expansión de las innovadoras

características de internet han dejado atrás la época de la escasez informativa, los procesos de comunicación unidireccionales, la lentitud de la divulgación de la información y el control de la información pública han dado lugar a grandes flujos de información multidireccionales que se mueven a gran velocidad (De Aguilera y Casero-Ripolles, 2018). El desarrollo de internet y las redes sociales han permitido la ampliación de la participación de la ciudadanía y el aumento de la repercusión de sus opiniones y se han erigido como las principales plataformas de las dinámicas de monitorización (Feenstra et al., 2016). La utilización masiva de estos ha dado lugar al fenómeno de la abundancia comunicativa y ha provocado la multiplicación de nuevos medios y formatos de comunicación que han posibilitado un reforzamiento de la sociedad civil y un mayor control democrático extraparlamentario (Keane, 2002, 2009c; Feenstra, 2010b).

La democracia monitorizada mantiene los elementos básicos de la democracia representativa (representación, partidos políticos, elecciones periódicas y parlamentos) y les añade un conjunto de procesos de monitorización que refuerzan el funcionamiento de estos mecanismos (Keane, 2002, 2009c). Este formato de democracia aumenta la capacidad de influencia de la ciudadanía, logra una mayor transparencia de los centros de poder y examina a las instituciones, los políticos y las empresas y pone de manifiesto sus conductas inadecuadas y sus abusos (Keane, 2009c; Feenstra, 2012a). La democracia monitorizada, gracias a las innovaciones comunicativas de la nueva galaxia mediática, ha fortalecido a la sociedad civil, ha propiciado la unión de múltiples ciudadanos alrededor de diversas causas y ha concedido voz e influencia a un conjunto de ciudadanos e instituciones no gubernamentales dedicadas a controlar al sistema democrático y económico (Feenstra, 2010b, 2012a). Pasamos ahora a explicar la democracia vigilada y sus elementos destacados.

La democracia vigilada actúa como una amenaza directa a la democracia representativa basada en la explotación de los datos privados de los ciudadanos, el constante control de las actividades, acciones y emociones de la vida real y virtual de las personas y la manipulación de la ciudadanía a partir del tratamiento de datos masivos, la personalización de contenidos y las campañas de distorsión. La democracia vigilada se basa en la utilización de los datos, de internet y del tratamiento de datos masivos o *big data*.

La revolución digital, ha desencadenado la dataficación de la vida privada de los ciudadanos (Cardon, 2018). A lo largo de nuestra vida cotidiana las personas utilizamos

internet de forma constante y dejamos un continuo reguero de datos en cada una de las interacciones que realizamos: los *smartphones* almacenen informaciones sobre nuestras llamadas, las aplicaciones que utilizamos y la localización en la que nos encontramos, Google graba las búsquedas que realizamos, Amazon recuerda todas las compras que realizamos, los objetos con internet incorporado (el denominado Internet de las Cosas) gravan nuestras conversaciones privadas y espían nuestra vida privada y las redes sociales almacenan toda la información que introducimos a lo largo del día. Esta gigantesca cantidad de datos es utilizada mediante el *big data* para predecir las características, las emociones y la ideología de los ciudadanos (Couldry, 2017; Miguel De Bustos y Izquierdo-Castillo, 2019). Las grandes compañías digitales que controlan el mundo de internet, los denominadas GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon y Microsoft), disponen de un gran poder en este formato democrático (Cardon, 2018; Miguel De Bustos y Izquierdo-Castillo, 2019). Estas corporaciones recaban diariamente una enorme cantidad de datos de millones de personas que mediante la utilización de avanzadas técnicas de *big data* les permite conocer detalladamente a todos sus usuarios, analizar sus comportamientos y predecir su personalidad (Stillwell y Kosinski, 2012; Kosinski et al., 2013; Youyou et al., 2015). La utilización de técnicas de *big data* para controlar las acciones y el comportamiento de las personas es uno de los elementos esenciales de la democracia vigilada.

La capacidad de conocer con todo lujo de detalles a los ciudadanos permite la posibilidad de personalizar los contenidos publicitarios e informativos de cada usuario (Woolley y Howard, 2017). En un primer momento, la personalización de contenidos se realizaba en la esfera comercial, su aplicación al campo de la democracia revolucionó la forma de influir sobre la población. La personalización de contenidos, noticias y publicidad hace posible influenciar y manipular a cada persona de una determinada forma y hacia una determinada ideología (Suárez Gonzalo, 2018), provocando la creación de una política vigilada. La utilización conjunta del *big data* y de la personalización de contenidos ha dado lugar al denominado *microtargeting*. El *microtargeting* político aprende continuamente de la persona a la que trata de manipular por medio de argumentos emocionales que imitan sus intereses personales, emocionales y sociales y variantes de una campaña propagandística que se adaptan continuamente a su perfil psicológico y a sus variaciones (González de la Garza, 2018). Al fenómeno de la personalización de contenidos se le añaden también la realización de campañas de distorsión. La capacidad

de conocer pormenorizadamente a los ciudadanos permite introducir narraciones de dudosa veracidad o directamente *fake news* a determinados colectivos vulnerables para que estos las difundan a gran escala e influyan en la opinión pública (Bradshaw y Howard, 2017; D'Ancona, 2019). La personalización de contenidos y las campañas de distorsión son otros de los elementos característicos de la democracia vigilada.

El gran desarrollo de los mecanismos de vigilancia de la ciudadanía y de los instrumentos de manipulación de la población permite a las grandes empresas digitales y a los poderes facticos moldear las opiniones y la ideología de la sociedad (Marwick y Lewis, 2017; Miguel De Bustos y Izquierdo-Castillo, 2019). Las propias corporaciones digitales, los personajes multimillonarios y las grandes empresas pueden realizar campañas de manipulación ideológica de la sociedad para la consecución de sus propósitos como hemos analizado en los casos prácticos del referéndum de permanencia de Reino Unido en la Unión Europea y en las elecciones presidenciales estadounidenses del 2016 (Cadwaladr, 2017a, 2017b).

La democracia vigilada mantiene las mismas estructuras representativas que la democracia monitorizada, pero sus procesos y sus características atacan y desvirtúan los mecanismos democráticos de esta y los vacían de cualquier legitimidad. Como consecuencia del contexto de vigilancia y manipulación existente, la influencia y el control que los ciudadanos ejercen sobre las instituciones, personajes públicos y grandes empresas queda supeditado siempre a los intereses y a la ideología de las grandes corporaciones y de los poderes fácticos. La capacidad de opinar y reflexionar de los ciudadanos está directamente vinculado con las noticias, la información y los contenidos que consumen, pero en este formato de democracia los contenidos estas especialmente seleccionados para la manipulación de la forma de pensar de las personas (Polo Roca, 2020). El espacio comunicativo de la democracia vigilada no limita la información que puede consumir los ciudadanos, sino que realiza una selección de la información para cada uno de ellos antes de que estos la pueda consumir (Fernando Mejía, 2020). Los mecanismos de funcionamiento de la democracia vigilada aparentemente mantienen todo el poder de la democracia en la ciudadanía, pero en realidad la capacidad de vigilar a la sociedad y controlar los flujos informativos que tienen las grandes empresas digitales y los poderes facticos, provoca que los ciudadanos sean unas marionetas de los intereses económicos y políticos de estas corporaciones (Rhodes, 2020).

Pasamos ahora a la comparación y contraposición de la democracia monitorizada y la democracia vigilada. Para introducir esta comparación expondremos la diferencia etimológica que existe entre monitorizar y vigilar. El verbo monitorizar hace referencia al proceso de examinación y control del contenido y de la calidad de un procedimiento o una decisión (Keane, 2009c), en la democracia monitorizada este término se vincula tanto con la observancia como con la realización de este proceso por medio de diversos aparatos audiovisuales, los llamados monitores. Mientras que el término vigilar hace referencia al acto de observar una cosa, una persona o una acción y estar pendiente de ella para seguir su desarrollo. En la democracia vigilada, el concepto de vigilar se vincula con el control de la ciudadanía para conocer sus características, emociones y opiniones en todo momento y después poder usarlas para su manipulación.

Tanto la democracia monitorizada como la democracia vigilada mantienen la estructura política del modelo de democracia representativo. En el caso de la democracia monitorizada le añade unos mecanismos examinadores de poder que complementan a las instituciones representativas y una mayor influencia política de la ciudadanía. La democracia vigilada controla y manipula a la ciudadanía y produce una deslegitimación de cualquier elección que pueda realizar esta. Tanto la democracia monitorizada como la democracia vigilada tienen una gran dependencia de la nueva galaxia mediática, el fenómeno de internet y sus aplicaciones son fundamentales para ambas. La explosión de la nueva galaxia mediática impediría la existencia de las dos. En el caso de la democracia monitorizada, internet es utilizado para fortalecer a la sociedad civil, aumentar la influencia de los ciudadanos y mejorar los mecanismos de control de la democracia por medio de la monitorización política (Keane, 2009c, 2013; Feenstra, 2012a). En la democracia vigilada, internet se utiliza primeramente para extraer y analizar grandes cantidades de datos y después se usa como la plataforma en la que se sitúan los contenidos destinados a manipular a los ciudadanos. Keane (2013) expuso que internet es un medio de comunicación neutro y puede causar beneficios o perjuicios a la sociedad dependiendo de la finalidad para la que se utiliza, la democracia monitorizada aprovecha las innovaciones de internet para aumentar el poder de la ciudadanía y controlar a los centros de poder, mientras que la democracia vigilada erradica los beneficios de la democracia monitorizada y utiliza internet para controlar y manipular a los ciudadanos.

La democracia monitorizada y la nueva galaxia mediática desarrolla «un gobierno paralelo de públicos» (Keane, 2002) para aumentar la influencia de la ciudadanía y evitar

que la democracia sea controlada por las élites sociales y que estas tomen las decisiones a escondidas de la ciudadanía. La democracia vigilada utiliza la nueva galaxia mediática y las innovaciones de la dataficción, del *big data* y de la personalización para manipular a este gobierno paralelo de públicos, controlar el poder de influencia de la ciudadanía y conseguir que las decisiones democráticas importantes sean tomadas por los poderes fácticos, aunque aparentemente se tomen de forma democrática por una ciudadanía manipulada mediáticamente. Podemos concluir esta contraposición diciendo que la democracia vigilada ataca el correcto funcionamiento de la democracia monitorizada gracias a las nuevas posibilidades de control de la ciudadanía por medio de la nueva galaxia mediática y de internet, y a la manipulación individualizada y personalizada de los ciudadanos. La democracia monitorizada produce un desarrollo y ampliación de las dinámicas políticas que provocan un desplazamiento del poder político desde los gobernantes hacia la sociedad civil y la ciudadanía aumentando su influencia, mientras que la democracia vigilada supuestamente mantiene el poder de estas dinámicas, pero en realidad las ataca y las desposee de cualquier influencia. Gracias al tejido de constante vigilancia, la democracia vigilada manipula la forma de pensar de la ciudadanía, dirige la opinión pública y controla el poder de la ciudadanía.

El objetivo de este capítulo ha sido analizar la manipulación política realizada por medio del fenómeno del *big data* y exponer las características y los mecanismos de la democracia vigilada. En la primera sección del capítulo, nos hemos centrado en el análisis de los procesos de manipulación social. A lo largo de este apartado hemos expuesto las herramientas y los procesos que permiten manipular a la población. Estos elementos son: la predicción de las características psicográficas de las personas por medio del *big data*, el aprovechamiento de los sesgos cognitivos de los humanos y la personalización de contenidos e informaciones. Dentro de las operaciones de personalización hemos profundizado en el procedimiento del *microtargeting* y en las campañas de distorsión. En la segunda sección, hemos realizado la exposición de las técnicas de manipulación social por parte de la empresa Cambridge Analytica. Primeramente, hemos analizado la extracción de forma ilegal de datos privados de usuarios de la red social Facebook por parte de esta empresa y el tratamiento que se les realizó. A continuación, hemos expuesto la utilización de técnicas de manipulación política vinculadas con el *big data* en las campañas electorales del referéndum de permanencia de Reino Unido en la Unión Europea y en las elecciones presidenciales estadounidenses de 2016 por parte de

Cambridge Analytica. En la tercera y última sección del capítulo, hemos realizado una contraposición de los elementos principales del modelo de democracia monitorizada y del modelo de democracia vigilada.

Este capítulo final nos ha servido para mostrar el gran poder que tiene el *big data* en la actualidad y el importante riesgo que esto supone para el correcto funcionamiento de la sociedad y de la democracia. El contexto de constante vigilancia potenciado por la continua recolección de datos personales por parte de todo tipo de instrumentos y la interrumpida utilización de internet han dado lugar a una sociedad hiperconectada e hipercontrolada. Estas dos características permiten a las grandes empresas digitales, a los poderes fácticos y a los gobiernos atesorar un gran poder y una gran capacidad de manipulación social. El actual tejido de vigilancia social ha creado una economía y un formato de democracia basados en la vigilancia. Este formato aparentemente mantiene las estructuras de la democracia representativa y la importancia de la ciudadanía dentro de ellas, pero la capacidad de vigilancia y manipulación de la ciudadanía por parte de agentes externos controla la ideología de los ciudadanos, teledirige la opinión pública y adultera los procesos democráticos, creando una plutocracia encubierta. Este nuevo formato es la denominada democracia vigilada.

Conclusiones

En este trabajo hemos mostrado las causas y consecuencias negativas del control, vigilancia y manipulación de la ciudadanía para la democracia monitorizada y especialmente para el sistema democrático. El desarrollo de un tejido de vigilancia y control social basado en la dataficación de la sociedad, el uso de internet y la capacidad de manipular a los ciudadanos a partir de sus características, sus emociones y sus situaciones han disminuido el poder de la ciudadanía y han puesto en peligro los principios de libertad básicos para el funcionamiento de un sistema democrático. La denominada democracia vigilada inutiliza los avances de la democracia monitorizada, controla y dirige la opinión de los ciudadanos y deslegitima las instituciones y procesos democráticos.

En el primer capítulo del trabajo se describe la democracia monitorizada: se expone el concepto de democracia monitorizada, se explica su nacimiento y evolución a lo largo del tiempo, se profundiza en el fenómeno de la monitorización, se nombran los distintos procesos de monitorización y se analizan las nuevas dinámicas introducidas en el sistema de la democracia representativa. Este capítulo permite visualizar la evolución del sistema democrático y la importancia de la monitorización para controlar la actividad de las instituciones y de los políticos y empoderar a la ciudadanía. La democracia monitorizada construye una nueva forma de democracia en la que la ciudadanía no solamente interviene por medio de la celebración periódica de elecciones, sino que mediante las nuevas herramientas de participación y de monitorización los ciudadanos son capaces de influir constantemente sobre el poder (Keane, 2009c)

El segundo capítulo explica los beneficios y perjuicios de la nueva galaxia mediática para la democracia. En la primera parte, se exponen las características de la nueva galaxia mediática, el papel destacado de internet y de la abundancia comunicativa dentro de ella, su importancia para el buen funcionamiento de la democracia monitorizada y las múltiples conductas que amenazan los beneficios de la nueva galaxia mediática y el buen funcionamiento de la democracia monitorizada. En la segunda parte, se analiza el fenómeno del *big data* y se profundiza en la pérdida de la privacidad de las personas y la monopolización de internet. Este capítulo nos ha servido para analizar la amenaza que supone un mal uso de la nueva galaxia mediática para el sistema democrático. La nueva galaxia mediática se ha erigido como el elemento principal de la democracia monitorizada, sus innovaciones han revolucionado el panorama comunicativo y han dado

lugar a la utilización masiva de internet y las nuevas plataformas de comunicación (Feenstra, 2012b). Los poderes fácticos han aprovechado la importancia de internet en la sociedad actual para aumentar su control sobre la población por medio de nuevos mecanismos vinculados con la red, causando efectos nocivos sobre la democracia monitorizada y las condiciones necesarias para su adecuado funcionamiento. La aparición del *big data* junto a la datafización de la vida de las personas, la violación de su privacidad y la monopolización de internet atacan los beneficios de la democracia monitorizada y constituyen un verdadero riesgo para la libertad de los ciudadanos y para la salud de la sociedad.

En el tercer y último capítulo, se expone la utilización del *big data* para la manipulación política de los ciudadanos. En el primer apartado, se profundiza en el uso y en las peculiaridades de las avanzadas técnicas de *big data* destinadas a conocer las características, las emociones y el perfil psicológico de los ciudadanos y en la estructura de las campañas mediáticas utilizadas para manipular ideológicamente a las personas y distorsionar la opinión pública. En el segundo apartado, se analiza la utilización de este tipo de técnicas de manipulación política llevadas a cabo por la empresa Cambridge Analytica en la campaña a favor de la salida de Reino Unido de la Unión Europea y en la campaña electoral de Donald Trump en las elecciones presidenciales estadounidenses del 2016. En la tercera sección, se realiza un análisis del concepto y de las características de la democracia vigilada y se efectúa una comparación con la democracia monitorizada. Los avances en el análisis de datos masivos, en las técnicas de personalización de contenidos y en las operaciones de distorsión informativa están afectando seriamente a la capacidad de raciocinio y opinión de la ciudadanía, creando una sociedad fácilmente manipulable y causando un importante daño al sistema democrático (Suárez Gonzalo, 2018). La combinación del contexto de control y vigilancia con las nuevas técnicas de manipulación ideológica de la ciudadanía han dado lugar a la denominada democracia vigilada.

Las características de la democracia vigilada anulan los beneficios de la democracia monitorizada y suponen un verdadero riesgo para el correcto funcionamiento del sistema democrático. El tejido de vigilancia social basado en los datos, creado a partir de la utilización de internet, de las redes sociales y de instrumentos con internet incorporado (IoT) por parte de millones de ciudadanos, ha permitido conocer detalladamente las características, las emociones y la opinión de los ciudadanos en cada momento de su vida.

El uso de esta información por parte de las grandes empresas digitales y de los poderes fácticos para la realización de campañas de manipulación política diseñadas especialmente para cada ciudadano supone una gran amenaza para el correcto funcionamiento de la democracia y para su mantenimiento. La manipulación social ha sido una estrategia usada en diversas ocasiones a lo largo del tiempo, pero el potencial manipulativo de internet supera ampliamente cualquier mecanismo utilizado en toda la historia. La utilización de los avances tecnológicos y comunicativos de la nueva galaxia mediática con finalidades perjudiciales para la sociedad ha posibilitado la creación de un contexto manipulativo a nivel global, convirtiendo a la ciudadanía en una mera transmisora de las ideologías y de los intereses de los poderes fácticos y de las grandes empresas mundiales. Este hecho ha disminuido la importancia de la ciudadanía y ha colocado a las grandes empresas digitales y a los poderes fácticos como los elementos centrales del sistema democrático.

El mantenimiento del poder de la ciudadanía en el sistema democrático y la defensa de los beneficios de la democracia monitorizada son cuestiones trascendentales en nuestra sociedad. El creciente clima de control y vigilancia social y el desarrollo de técnicas de manipulación política han creado una plutocracia encubierta en la que las decisiones políticas son tomadas por los poderes facticos, pero siempre legitimadas por medio de elecciones y procesos democráticos en los que participa una ciudadanía manipulada para lograr este propósito. La reversión del actual clima de control y vigilancia social y la prohibición de las técnicas de manipulación política basadas en las nuevas tecnologías son fundamentales para la recuperación del poder de la ciudadanía y la legitimidad del sistema democrático.

Bibliografía

- Adams, M. (2017). Big Data and Individual Privacy in the Age of the Internet of Things. *Technology Innovation Management Review*, 7(4), 12-24. Recuperado de https://timreview.ca/sites/default/files/article_PDF/Adams_TIMReview_April2017.pdf
- Ahmed, E., Yaqoob, I., Hashem, I. A. T., Khan, I., Ahmed, A. I. A., Imran, M., y Vasilakos, A. V. (2017). The role of big data analytics in Internet of Things. *Computer Networks*, 129, 459-471. <https://doi.org/10.1016/j.comnet.2017.06.013>
- Alkiş, N., y Taşkaya Temizel, T. (2015). The impact of individual differences on influence strategies. *Personality and Individual Differences*, 87, 147-152. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.07.037>
- Allcott, H., y Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Antunes, D. C., y Maia, A. F. (2018). Big Data, ubiquitous exploitation, and targeted advertising: New facets of the cultural industry. *Psicologia USP*, 29(2), 189-199. <https://doi.org/10.1590/0103-656420170156>
- Arceneaux, K. (2012). Cognitive Biases and the Strength of Political Arguments. *American Journal of Political Science*, 56(2), 271-285. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2011.00573.x>
- Ardévol, E. (2016). Big data y descripción densa. *Virtualis*, 7(14), 14-38. Recuperado de <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/186>
- Arellanes Juárez, N., y Iñigo Dehud, L. S. (2020). Las Redes Sociales y el Consumismo: Del futuro colectivo al algoritmo de Facebook. *Collectivus, Revista de Ciencias Sociales*, 7(1), 99-108. <https://doi.org/10.15648/Collectivus.vol7num1.2020.2554>
- Arruzza, C., Bhattacharya, T., y Fraser, N. (2019). *Manifiesto de un feminismo para el 99%*. Barcelona: Herder Editorial.
- Asghari, P., Rahmani, A. M., y Javadi, H. H. S. (2019). Internet of Things applications: A systematic review. *Computer Networks*, 148, 241-261. <https://doi.org/10.1016/j.comnet.2018.12.008>

- Baruh, L., y Popescu, M. (2017). Big data analytics and the limits of privacy self-management. *New media & society*, 19(4), 579-596. <https://doi.org/10.1177/1461444815614001>
- Bennett, C. J. (2015). Trends in voter surveillance in western societies: Privacy intrusions and democratic implications. *Surveillance and Society*, 13(3-4), 370-384. <https://doi.org/10.24908/ss.v13i3/4.5373>
- Berghel, H. (2018). Malice Domestic: The Cambridge Analytica Dystopia. *Computer*, 51(5), 84-89. <https://doi.org/10.1109/MC.2018.2381135>
- Bond, R. M., Fariss, C. J., Jones, J. J., Kramer, A. D. I., Marlow, C., Settle, J. E., y Fowler, J. H. (2012). A 61-million-person experiment in social influence and political mobilization. *Nature*, 489, 295-298. <https://doi.org/10.1038/nature11421>
- Boyd, D., y Crawford, K. (2012). Critical questions for big data. *Information, Communication & Society*, 15(5), 662-679. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.678878>
- Bradshaw, S., y Howard, P. N. (2017). Troops, Trolls and Troublemakers: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation. En *Computational Propaganda Research Project* (N.º 2017.12). Oxford: University of Oxford. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2944191>
- Cadwaladr, C. (26 de febrero de 2017a). Robert Mercer: the big data billionaire waging war on mainstream media. *The Guardian*. Recuperado de <https://www.theguardian.com/politics/2017/feb/26/robert-mercer-breitbart-war-on-media-steve-bannon-donald-trump-nigel Farage> [Consultado el 31 de agosto de 2020].
- Cadwaladr, C. (17 de marzo de 2017b). The great British Brexit robbery: how our democracy was hijacked. *The Guardian*. Recuperado de <https://www.theguardian.com/technology/2017/may/07/the-great-british-brexit-robbery-hijacked-democracy> [Consultado el 31 de agosto de 2020].
- Cadwaladr, C. (17 de marzo de 2018a). I made Steve Bannon's psychological warfare tool': meet the data war whistleblower. *The Guardian*. Recuperado de <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/data-war-whistleblower-christopher-wylie-faceook-nix-bannon-trump> [Consultado el 31 de agosto de 2020].

- Cadwaladr, C. (28 de marzo de 2018b). The Brexit whistleblower: 'Did Vote Leave use me? Was I naive?'. *The Guardian*. Recuperado de <https://www.theguardian.com/uk-news/2018/mar/24/brexit-whistleblower-shahmir-sanni-interview-vote-leave-cambridge-analytica> [Consultado el 31 de agosto de 2020].
- Cadwaladr, C., y Graham-Harrison, E. (17 de marzo de 2018). Revealed: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach. *The Guardian*. Recuperado de <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election> [Consultado el 31 de agosto de 2020].
- Calvo, P. (2019). Democracia algorítmica: consideraciones éticas sobre la dataficación de la esfera pública. *Revista del Clad. Reforma y Democracia*, 74, 5-30. Recuperado de <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/184541>
- Calvo, P. (2020). Democracia aumentada. Un ecosistema ciberético para una participación política basada en algoritmos. *Ápeiron. Estudios de Filosofía*, 12, 129-141. Recuperado de https://www.academia.edu/41986685/Democracia_aumentada_Un_ecosistema_ciberético_para_una_participación_política_basada_en_algoritmos
- Canavilhas, J. (2011). El nuevo ecosistema mediático. *Index. Comunicación*, 1, 13-24. Recuperado de <https://ciencia.urjc.es/handle/10115/15275>
- Cardon, D. (2018). *Con qué sueñan los algoritmos. Nuestras vidas en el tiempo de los big data*. Madrid: Dado Ediciones.
- Caron, X., Bosua, R., Maynard, S. B., y Ahmad, A. (2016). The Internet of Things (IoT) and its impact on individual privacy: An Australian perspective. *Computer Law and Security Review*, 32(1), 4-15. <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2015.12.001>
- Casero-Ripolles, A. (2008). Modelos de relación entre periodistas y políticos: La perspectiva de la negociación constante. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 14, 111-128. Recuperado de <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/9053/31548.pdf?sequence=1>
- Casero-Ripolles, A. (2010). ¿El despertar del público?: comunicación política, ciudadanía y web 2.0. En M. Martín Vicente & D. Rothberg (Eds.), *Meios de comunicação e cidadania* (pp. 107-122). Sao Paulo: Cultura Academica.

- Casero-Ripolles, A., y Feenstra, R. A. (2012). The 15-M Movement and the new media: A case study of how new themes were introduced into Spanish political discourse. *Media International Australia*, 144, 68-76. Recuperado de <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/80466>
- Castells, M. (2000). Toward a sociology of the network society. *Contemporary Sociology*, 29(5), 693-699. <https://doi.org/10.2307/2655234>
- Chen, M., Mao, S., y Liu, Y. (2014). Big data: A survey. *Mobile Networks and Applications*, 19, 171-209. <https://doi.org/10.1007/s11036-013-0489-0>
- Couldry, N. (2017). Surveillance-democracy. *Journal of Information Technology & Politics*, 14(2), 182-188. <https://doi.org/10.1080/19331681.2017.1309310>
- Craker, N., y March, E. (2016). The dark side of Facebook®: The Dark Tetrad, negative social potency, and trolling behaviours. *Personality and Individual Differences*, 102, 79-84. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.06.043>
- D'Ancona, M. (2019). *Posverdad: La nueva guerra en torno a la verdad y cómo combatirla*. Madrid: Alianza Editorial.
- De Aguilera, M., y Casero-Ripolles, A. (2018). ¿Tecnologías para la transformación? Los medios sociales ante el cambio político y social. *Icono 14*, 16(1), 1-21. Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5525/552557813001/552557813001.pdf>
- Dutton, W. H., Reisdorf, B. C., Dubois, E., y Blank, G. (2017). Social Shaping of the Politics of Internet Search and Networking: Moving Beyond Filter Bubbles, Echo Chambers, and Fake News. En *The Part Played by Search in Shaping Political Opinion* (N.º 294419). Michigan: Quello Center. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2944191>
- Feenstra, R. A. (2010a). La democracia monitorizada versus la democracia representativa: la nueva galaxia mediática. *XLVII Congreso de Filosofía Joven*. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/afb7/a1683ef4cf8b5b6996363bf1c8800cc4bb0e.pdf>
- Feenstra, R. A. (2010b). *Sociedad civil: democracia monitorizada y medios de comunicación en John Keane*. Tesis doctoral. Castelló de la Plana: Universitat Jaume I. Recuperado de <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10803/10444>

- Feenstra, R. A. (2012a). *Democracia monitorizada en la era de la nueva galaxia mediática : la propuesta de John Keane*. Barcelona : Icaria Editorial.
- Feenstra, R. A. (2012b). Democracy in the age of media galaxy. *Veritas*, 57(1), 112-127. Recuperado de <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/63630/52837.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Feenstra, R. A. (2013). Una reflexión sobre la Democracia Monitorizada: potencialidades y límites. *Foro Interno*, 13, 139-160. https://doi.org/10.5209/rev_FOIN.2013.v13.43088
- Feenstra, R. A., y Casero-Ripolles, A. (2014). Democracy in the Digital Communication Environment: A Typology Proposal of Political Monitoring Processes. *International Journal of Communication*, 8, 2448-2468. Recuperado de <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/134425/64289.pdf?sequence=1>
- Feenstra, R. A., Tormey, S., Casero-Ripolles, A., y Keane, J. (2016). *La reconfiguración de la democracia : el laboratorio político español*. Granada : Comares.
- Feenstra, R. A., y Welp, Y. (2019). Sobre demos, cracias y gogias. Reflexiones sobre las democracias. *Araucaria*, 21(42), 585-604. <https://doi.org/10.12795/araucaria.2019.i42.25>
- Fernández-Armendáriz, E. (2013). De las redes sociales al periodismo ciudadano y la ciberdemocracia. *Anduli*, 12, 37-51. Recuperado de <https://idus.us.es/handle/11441/50716>
- Fernández García, N. (2017). Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática. *Nueva Sociedad*, 269, 66-77. Recuperado de <https://biblat.unam.mx/hevila/Nuevasociedad/2017/no269/8.pdf>
- Fernando Mejía, A. (2020). La libertad de expresión en jaque, el panóptico del Siglo XXI. Big Data como amenaza para la democracia: a propósito del caso Cambridge Analytica. *Revista de Filosofía, Derecho y Política*, 32, 79-105. <https://doi.org/10.20318/universitas.2020.5512>
- Ferrara, E., Varol, O., Davis, C., Menczer, F., y Flammini, A. (2016). The rise of social bots. *Communications of the ACM*, 59(7), 96-104. <https://doi.org/10.1145/2818717>

- García, D., y Sikström, S. (2014). The dark side of Facebook: Semantic representations of status updates predict the Dark Triad of personality. *Personality and Individual Differences*, 67, 69-74. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2013.10.001>
- García Marzá, D. (2013). Democracia de doble vía: el no-lugar de la empresa en la sociedad civil. *Revista del Clad. Reforma y Democracia*, 57, 67-92. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/3575/357533689003.pdf>
- Gerodimos, R., y Justinussen, J. (2015). Obama's 2012 Facebook Campaign: Political Communication in the Age of the Like Button. *Journal of Information Technology & Politics*, 12(2), 113-132. <https://doi.org/10.1080/19331681.2014.982266>
- Gil, E. (2016). *Big data, privacidad y protección de datos*. Madrid: Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado.
- González de la Garza, L. M. (2018). La crisis de la democracia representativa. Nuevas relaciones políticas entre democracia, populismo virtual, poderes privados y tecnocracia en la era de la propaganda electoral cognitiva virtual, el microtargeting y el Big Data. *Revista de Derecho Político*, 103, 257-302. <https://doi.org/10.5944/rdp.103.2018.23203>
- González Moraga, F. R. (2015). La tríada oscura de la personalidad: maquiavelismo, narcisismo y psicopatía. *Revista Criminalidad*, 57(2), 253-265. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5456799>
- González, R. J. (2017). Hacking the citizenry?: Personality profiling, 'big data' and the election of Donald Trump. *Anthropology Today*, 33(3), 9-12. <https://doi.org/10.1111/1467-8322.12348>
- Guerrero Solé, F., y Lopez Gonzalez, H. (2019). Government Formation and Political Discussions in Twitter: An Extended Model for Quantifying Political Distances in Multiparty Democracies. *Social Science Computer Review*, 37(1), 3-21. <https://doi.org/10.1177/0894439317744163>
- Guess, A., Nyhan, B., y Reifler, J. (2018). Selective exposure to misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 US presidential campaign. En *European Union's Horizon 2020 research and innovation programme* (N.º 682758). Recuperado de <http://www.ask-force.org/web/Fundamentalists/Guess-Selective-Exposure-to-Misinformation->

Evidence-Presidential-Campaign-2018.pdf

- Gutiérrez Puebla, J. (2018). Big Data y nuevas geografías: la huella digital de las actividades humanas. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 64, 195-217. <https://doi.org/10.5565/rev/dag.526>
- Haig, Z., y Hajdu, V. (2017). New Ways in the Cognitive Dimension of Information Operations. *Land Forces Academy Review*, 22(2), 94-102. <https://doi.org/10.1515/raft-2017-0013>
- Harlow, S. (2012). Social media and social movements: Facebook and an online Guatemalan justice movement that moved offline. *New Media and Society*, 14(2), 225-243. <https://doi.org/10.1177/1461444811410408>
- Hermida, A. (2010). Twittering the news. The emergence of ambient journalism. *Journalism Practice*, 4(3), 297-308. <https://doi.org/10.1080/17512781003640703>
- Howard, P. N., Woolley, S., y Calo, R. (2018). Algorithms, bots, and political communication in the US 2016 election: The challenge of automated political communication for election law and administration. *Journal of Information Technology and Politics*, 15(2), 81-93. <https://doi.org/10.1080/19331681.2018.1448735>
- Ipsos. (2016a). *Ipsos/BuzzFeed Poll - Fake News*. Ipsos Poll. Recuperado de <https://www.ipsos.com/en-us/news-polls/ipsosbuzzfeed-poll-fake-news>
- Ipsos. (2016b). *The Perils of Perception and the EU*. Ipsos Poll Recuperado de <https://www.ipsos.com/ipsos-mori/en-uk/perils-perception-and-eu>
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. New York: Farrar, Straus & Giroux Inc.
- Keane, J. (1999). Public Life in the Era of Communicative Abundance. *Canadian Journal of Communication*, 24(2), 165-178. <https://doi.org/10.22230/cjc.1999v24n2a1094>
- Keane, J. (2002). *Whatever happened to democracy?* Londres: IPPR.
- Keane, J. (2009a). Media Decadence and Democracy. *Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, WZB*, 1-25. Recuperado de http://www.johnkeane.net/wp-content/uploads/2009/01/keane_28_aug_2009_senate_lecture_canberra.pdf
- Keane, J. (2009b). Monitory democracy and media-saturated societies. *Griffith Review*, 24, 15-38. Recuperado de http://www.johnkeane.net/wp-content/uploads/2009/01/keane_28_aug_2009_senate_lecture_canberra.pdf

content/uploads/2009/01/Keane_griffith_review_ed24_monitory_democracy_media_saturised.pdf

- Keane, J. (2009c). *The Life and death of democracy*. London: Simon & Schuster.
- Keane, J. (2011). Monitory democracy? The secret history of democracy since 1945. En *The Secret History of Democracy* (pp. 204-218). London: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9780230299467_15
- Keane, J. (2013). *Democracy and media decadence*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kim, T. hoon, Ramos, C., y Mohammed, S. (2017). Smart City and IoT. *Future Generation Computer Systems*, 76, 159-162. <https://doi.org/10.1016/j.future.2017.03.034>
- Kosinski, M., Stillwell, D., y Graepel, T. (2013). Private traits and attributes are predictable from digital records of human behavior. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 110(15), 5802-5805. <https://doi.org/10.1073/pnas.1218772110>
- Lakoff, G. (2004). *Don't think of an Elephant*. Vermont: Chelsea Green Publishing.
- López Jiménez, D. (2011). Las cookies como instrumento para la monitorización del usuario en la Red: la publicidad personalizada. *Revista de Ciencias Económicas*, 29(2), 175-190. Recuperado de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/7018>
- Marwick, A., y Lewis, R. (2017). *Media Manipulation and Disinformation Online*. New York: Data & Society Research Institute.
- Mayer-Schönberger, V., y Cukier, K. (2013a). *Big data: a revolution that will transform how we live, work, and think*. London: Murray.
- Mayer-Schönberger, V., y Cukier, K. (2013b). The Rise of Big Data: How it's Changing the Way We Think about the World. *Foreign Affairs*, 92(3), 28-40. Recuperado de https://www.dimt.it/wp-content/uploads/2017/08/www.foreignaffairs.com_system_files_pdf_articles_2013_92305.pdf
- McChesney, R. W. (2013). *Digital Disconnect: How Capitalism is Turning the Internet*

Against Democracy. New York: The New Press.

Miguel De Bustos, J. C., y Izquierdo-Castillo, J. (2019). ¿Quién controlará la Comunicación? El impacto de los GAFAM sobre las industrias mediáticas en el entorno de la economía digital. *Revista Latina de Comunicacion Social*, 74, 803-821. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1358>

Morozov, E. (2011). *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*. New York: PublicAffairs.

Munck, G. L. (2006). *Measuring Democracy: A Bridge between Scholarship and Politics Democratic*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

Nair, L. R., Shetty, S. D., y Shetty, S. D. (2017). Streaming big data analysis for real-time sentiment based targeted advertising. *International Journal of Electrical and Computer*, 7(1), 402-407. <https://doi.org/10.11591/ijece.v7i1.pp402-407>

Nave, G., Greenberg, D. M., Kosinski, M., Stillwell, D., y Rentfrow, J. (2018). Musical Preferences Predict Personality: Evidence from Active Listening and Facebook Likes. *Psychological Science*, 29(7), 1145-1158. <https://doi.org/10.1177/0956797618761659>

Newman, B. I. (2016). *The marketing revolution in politics: What recent US presidential campaigns can teach us about effective marketing*. Toronto: University of Toronto Press.

Nix, A. (27 de septiembre de 2016). *Cambridge Analytica - The Power of Big Data and Psychographics*. [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=n8Dd5aVXLCc> [Consultado el 22 de agosto de 2020].

O'Keefe, D. F., Kelloway, E. K., y Francis, R. (2012). Introducing the OCEAN.20: A 20-Item Five-Factor Personality Measure Based on the Trait Self-Descriptive Inventory. *Military Psychology*, 24(5), 433-460. <https://doi.org/10.1080/08995605.2012.716265>

Olier, E. (2019). Una técnica matemática que dividirá al mundo: Algoritmos: El poder del control social. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, 110, 60-67. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7293195>

Pantoja Chaves, A. (2011). Los nuevos medios de comunicación social: las redes sociales.

- Tejuelo*, 12, 218-226. Recuperado de <http://dehesa.unex.es/handle/10662/4557>
- Pauner Chulvi, C. (2018). Noticias falsas y libertad de expresión e información. El control de los contenidos informativos en la red. *Teoría y realidad constitucional*, 41, 297-318. Recuperado de <http://e-spacio.uned.es/fez/view/bibliuned:TeoriayRealidadConstitucional-2018-41-7110>
- Polo Roca, A. (2020). Sociedad de la Información, Sociedad Digital, Sociedad de Control. *Inguruak*, 68, 50-77. Recuperado de <http://www.inguruak.eus/index.php/inguruak/article/view/177>
- Puyol, J. (2014). Una aproximación a big data. *Revista de derecho UNED*, 14, 472-505. Recuperado de <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:RDUNED-2014-14-7150/Documento.pdf>
- Rahmani, A. M., Gia, T. N., Negash, B., Anzanpour, A., Azimi, I., Jiang, M., y Liljeberg, P. (2018). Exploiting smart e-Health gateways at the edge of healthcare Internet-of-Things: A fog computing approach. *Future Generation Computer Systems*, 78, 641-658. <https://doi.org/10.1016/j.future.2017.02.014>
- Ravel, A. (2018). A New Kind of Voter Suppression in Modern Elections. *University of Memphis Law Review*, 49(4), 1019-1064. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/2250568676/fulltextPDF/EBC2DDED1DE84B94PQ/1?accountid=15297>
- Ray, P. P. (2018). A survey on Internet of Things architectures. *Journal of King Saud University - Computer and Information Sciences*, 30(3), 291-319. <https://doi.org/10.1016/j.jksuci.2016.10.003>
- Rhodes, L. (Productora), y Orłowski, J. (Director). (2020). *El dilema de las redes* [Documental]. Estados Unidos: Netflix. Recuperado de <https://www.netflix.com/es/title/81254224>
- Rodríguez-Andrés, R. (2018). Trump 2016: ¿presidente gracias a las redes sociales? *Palabra Clave*, 21(3), 831-859. <https://doi.org/10.5294/pacla.2018.21.3.8>
- Rosanvallon, P. (2015). *La Contrademocracia: La política en la era de la desconfianza*. Buenos Aires: Manantial.
- Rosenberg, M., Confessore, N., y Cadwaladr, C. (17 de marzo de 2018). How Trump Consultants Exploited the Facebook Data of Millions. *The New York Times*.

- Recuperado de <https://www.nytimes.com/2018/03/17/us/politics/cambridge-analytica-trump-campaign.html> [Consultado el 31 de agosto de 2020].
- Schroepfer, M. (4 de abril de 2018). An Update on Our Plans to Restrict Data Access on Facebook. *Facebook Newsroom*. Recuperado de <https://newsroom.fb.com/news/2018/04/restricting-data-access/> [Consultado el 7 de septiembre de 2020]
- Schudson, M. (1999). *The Good citizen : a history of American Civic Life*. Cambridge: Harvard University Press.
- Schumpeter, J. A. (1958). *Capitalismo, socialismo y democracia*. Madrid : Aguilar.
- Serrano, E. (2014). Tecnologías de la comunicación, redes sociales y ciudadanía: el 15M. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 1(1), 19-25. <https://doi.org/10.24137/raeic.1.1.4>
- Srinivasan, C. R., Rajesh, B., Saikalyan, P., Premsagar, K., y Yadav, E. S. (2019). A review on the different types of internet of things (IoT). *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 11(1), 154-158. Recuperado de <https://manipal.pure.elsevier.com/en/publications/a-review-on-the-different-types-of-internet-of-things-iot-2>
- Stillwell, D. J., y Kosinski, M. (2012). myPersonality project: Example of successful utilization of online social networks for large-scale social research. *International Conference on Mobile Systems (MobiSys)*. Recuperado de [http://www.davidstillwell.co.uk/articles/Stillwell_and_Kosinski_\(2012\)_myPersonality_Introduction.pdf](http://www.davidstillwell.co.uk/articles/Stillwell_and_Kosinski_(2012)_myPersonality_Introduction.pdf)
- Suárez Gonzalo, S. (2017). Big social data: límites del modelo notice and choice para la protección de la privacidad. *El Profesional de la Información*, 26(2), 283-292. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.mar.15>
- Suárez Gonzalo, S. (2018). Tus likes ¿tu voto? Explotación masiva de datos personales y manipulación informativa en la campaña electoral de Donald Trump a la presidencia de EEUU 2016. *Quaderns del CAC*, XXI(44), 27-36. Recuperado de https://www.cac.cat/sites/default/files/2018-08/Q44_ES.pdf
- Suárez Gonzalo, S. (2019). *Big data, poder y libertad Sobre el impacto social y político de la vigilancia masiva*. Tesis doctoral. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.

Recuperado de <http://www.tdx.cat/handle/10803/668235>

- Suárez Gonzalo, S., y Guerrero Solé, F. (2016). La conversación sobre big data en Twitter. Una primera aproximación al análisis del discurso dominante. *Comunicació: revista de recerca i d'anàlisi*, 113-131. <https://doi.org/10.2436/20.3008.01.151>
- Sunstein, C. R. (2001). *Republic.com 2.0*. Princeton: Princeton University Press.
- Tormey, S. (2015). *The End of representative politics*. Cambridge: Polity Press.
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Vercelli, A. (2018). La (des)protección de los datos personales: análisis del caso Facebook Inc.-Cambridge Analytica. *XVIII Simposio Argentino de Informática y Derecho (SID)*, pp. 1-12. Recuperado de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/71755>
- Wang, Y., y Kosinski, M. (2018). Deep neural networks are more accurate than humans at detecting sexual orientation from facial images. *Journal of Personality and Social Psychology*, 114(2), 246-257. <https://doi.org/10.1037/pspa0000098>
- Woolley, S. C., y Howard, P. N. (2017). Computational Propaganda Worldwide: Executive Summary. *Computational Propaganda Research Project*, 1-15. Recuperado de https://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:d6157461-aefd-48ff-a9a9-2d93222a9bfd/download_file?file_format=pdf&safe_filename=Casestudies-ExecutiveSummary.pdf&type_of_work=Record
- Wylie, C. (2019). *Mindf*ck. Inside Cambridge Analytica's Plot to Break the World*. London: Profile Books.
- Youyou, W., Kosinski, M., y Stillwell, D. (2015). Computer-based personality judgments are more accurate than those made by humans. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 112(4), 1036-1040. <https://doi.org/10.1073/PNAS.1418680112>
- Zafra, R. (2017). Redes y posverdad. En *En la era de la posverdad* (pp. 181-192). Barcelona: Calambur.
- Zuboff, S. (2015). Big other: Surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. *Journal of Information Technology*, 30(1), 75-89.

<https://doi.org/10.1057/jit.2015.5>

Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York: Public Affairs.

Zuboff, S. (2020). Capitalismo de la vigilancia. *Política Exterior*, 34(194), 7-12.
Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7517624>