

## Dossier “La digitalización de la política. Debates y reflexiones desde la comunicación” Entrevista a Mariana Moyano<sup>1</sup>

Paola Demarchi y Lucas Hirch

Dirección Revista Temas y Problemas de Comunicación  
Departamento de Ciencias de la Comunicación-UNRC

La digitalización atraviesa nuestras vidas cotidianas. Los cada vez más sofisticados dispositivos tecnológicos, los entornos virtuales más extendidos y las interfaces más amigables, han creado las condiciones para que gran parte de los aspectos de nuestras existencias se encuentre mediada por las tecnologías de la información y la comunicación. La política, por supuesto, no es la excepción.

Las redes sociales son, actualmente, soporte de esa digitalización. El fenómeno que significan domina gran parte de las discusiones académicas actuales. Para la presentación de este dossier, entrevistamos a la Prof. Mariana Moyano para reflexionar sobre cómo impacta ese proceso en nuestras rutinas cotidianas, en la calidad de nuestra vida civil y en el desarrollo de nuestras relaciones.

¿A qué nos referimos cuando hablamos de redes sociales? ¿Somos las personas relacionándonos? ¿O son las plataformas tecnológicas que permiten, desde la virtualidad, que nos (des)encontremos? Para qué sirven, qué nos provocan, de qué manera las propias plataformas incentivan o permiten la circulación de las emociones. ¿A qué nos referimos con “digitalización de la política”?

El análisis de Moyano permite observar que la política se enfrenta a un escenario profundamente dinámico. El mix entre medios y redes se ha vuelto básico para llegar a la ciudadanía. La peculiaridad del escenario actual es que el consumo de redes puede prescindir del contenido explícitamente noticioso, pero los medios necesitan de las redes. “La televisión, la radio, los diarios online y las redes no solo conviven sino que se retroalimentan. La interdependencia es casi completa, y en este nuevo mar digital la política debe aprender a nadar” (Moyano, 2019, p. 225).

Un concepto que ha concentrado mucho interés y despertado caudalosos debates en el campo de la comunicación ha sido el de *industria cultural*. En este sentido, resulta insinuante el título del último libro de la profesora: *Trolls S.A. La industria del odio en internet*. En el mismo vincula el concepto *industria* con el plano de las emociones, en particular el odio. Y sostiene que “la emoción se ha convertido en una importante mercancía a consumir y vender. Y esa lógica se expande en las redes” (Moyano, 2019 p.28). En esta entrevista nos interesa conocer cómo es el funcionamiento de esa dinámica en expansión y qué efectos tiene sobre la práctica política.

En el trabajo recién citado, Moyano expone una sugerente afirmación. Señala: las redes no son usadas. Las redes usan. Con esta tesis, la autora pone sobre la escena un conjunto de

cuestionamientos acerca de los mecanismos propios de las redes. De esta forma, rompe con la concepción de entender a las redes sociales como simples canales para enviar mensajes a millones de personas. Las redes sociales, señala, tienen sus propias lógicas y necesidades. Esas lógicas y necesidades, ¿se amalgaman con las nuestras? ¿O nos perjudican?

Hace muchos años que resulta de interés la indagación sobre las relaciones entre el accionar de los medios y el sistema político, particularmente sobre la manera en que los medios influyen en las formas de gobierno, así como el modo en que contribuyen a su transformación. La digitalización de la política nos abre otro conjunto de interrogantes que ponen el foco en la dinámica de las redes sociales. En este marco, ¿cómo podríamos definir las?

Mariana Moyano señala que las redes sociales son hoy la plataforma para la vida pública. También son herramientas para el control social. ¿Son nocivas las redes?, pregunta en su último libro. No lo sabemos. Lo escalofriante, señala, es que no lo sepamos. Lo ingenuo es pensar que no generan *per se* cambios en nosotros, en nuestra sociedad y en nuestra civilización. Son fenómenos omnipresentes, imposibles de eliminar de nuestras vidas y con efecto desconocido. Nos modifican la vida, transforman nuestra cultura y el concepto mismo de humanidad.

A partir del relato de Moyano es posible recorrer diferentes acontecimientos políticos, tanto locales como internacionales, y reconocer el papel protagónico que en ellos cobraron las redes sociales, las plataformas digitales de comunicación instantáneas y el minado de enormes cantidades de datos.

En algunos de sus análisis, la docente y periodista señala que no es su pretensión minimizar el peso específico de los medios y la comunicación dominante en una elección presidencial. Sin embargo, no se queda ahí. Atada a datos vinculados a hechos políticos recientes nos propone inmiscuirnos en el mundo de las redes sociales. Repasa cómo personajes como Bolsonaro llegaron al poder a pesar de no tener el apoyo de los principales medios de comunicación. Sin embargo reconoce, en el caso de Bolsonaro, que es cierto que esos medios de comunicación dinamitaron el terreno de la política partidaria y destrozaron al PT<sup>2</sup>. Pero, si “los medios” fueran todo, ¿por qué esos gigantes que pudieron contra Lula y su mística no pudieron instalar a su candidato? Así, Mariana Moyano llega a uno de sus focos de atención. Señala que Internet fue el campo de batalla fundamental para Bolsonaro. Pero, ¿por qué a él y no a otro las redes le cuajan tan bien?, cuestiona Moyano. De su relato, rescatamos algunas valiosas observaciones. La autora señala que las redes sociales modifican radicalmente la interacción social, la forma de adquirir información y la autopercepción de cada uno de nosotros. Quizás, los Bolsonaro, los Trump, señala, consiguen su éxito porque se animan a decir las cosas de la misma manera en que las redes nos enseñaron a hacerlo. Las plataformas no son inocuas. Tienen su lógica interna y propia. Algunos discursos sociales se llevan mejor que otros con estos dispositivos. Y estos tienden a la individualización y la fragmentación, resalta<sup>3</sup>.

**Revista Temas y Problemas (Rev. TyP): Entonces Mariana, las redes ¿resultan un medio para la política?**

Mariana Moyano (MM): *¿Si resultan un medio para la política? Sí, desde ya. No las redes sociales en sí mismas. Sino cualquier instancia que tenga que ver con los momentos en los que se reúnen o tienen algún grado de intersección los territorios de la política con el resto. A mí me gusta, para poder dinamizar la conceptualización, pensar en cuatro territorios de la vinculación entre la comunicación y la política, por supuesto hay muchos más. A ese universo de la vinculación, no de la comunicación política, sino de la vinculación de la comunicación y la política yo lo pienso en cuatro territorios. Uno, el territorio del Palacio (la institucionalidad, las leyes, los gobiernos..., las instituciones); otro la Calle, tanto la calle organizada como la calle cotidiana con su temperatura social propia; otro el territorio de los Medios; y un cuarto, que es el territorio de lo Digital o lo virtual. Yo los separo porque la lógica de las redes sociales no es la de los medios de comunicación, sino que tienen sus características y lógicas propias. Y además tiene, a diferencia de los medios de comunicación, bocas de emisión de mensaje multiplicadas; que a veces puede ser el mismo concepto de los medios, y muchas veces no. Obviamente que se retroalimentan y demás. Pero entonces, volviendo a la pregunta, la política no puede estar ajena a ningún universo social y muchísimo menos a uno con semejante nivel de masividad, donde todo lo que ocurre ahí, ocurre en volúmenes de miles de millones de personas. Sería un error alejarse de ese territorio.*

**Rev. TyP: Cuando nos adentramos al análisis de la vinculación de los medios y la política, muchos posicionamientos teóricos retornan a la concepción de efectos fuertes de los medios. Se los piensa como constructores de agenda, como agentes de difusión de valores y concepciones del mundo, se discute su papel en los procesos de naturalización y de instalación de ciertas “verdades”. La digitalización de nuestra vida en general y de la política en particular, parece reforzar esta concepción, ahora en relación a las redes sociales. En este contexto, es muy sugerente una idea que trabajás en tu último libro. Planteás que las redes sociales usan. ¿Es posible vincular lo que recién te esbozamos a tu propuesta? ¿Cómo usan las redes sociales a la política?**

MM: *No, las redes sociales no usan a la política. O en todo caso la usan en tanto y cuanto tienen un poder fenomenal, tanto en términos de megacorporaciones como en términos de cantidad de millones de personas que están en ellas y trabajando esas personas bajo las lógicas de funcionamiento de esas redes sociales. Yo no puedo hablar de “usos”, usar a la política como si fuera una cosa de manipulación, de malvados pensando. No, por lo menos desde mi conceptualización es todo bastante más complejo. Se puede vincular, desde ya. Pero no es que las redes sociales “usan” a la política. Sino que las redes sociales son poderes, ya sea porque son corporaciones, ya sea porque son miles de millones de seres humanos ahí, y que al suceder situaciones y acontecimientos en ese territorio digital, la política, yo creo, debe participar de ese espacio. De hecho participa. Lo que pasa es que si no*

*participa a consciencia de que lo está haciendo es probable que más que sea utilizada, la política pueda perder.*

**Rev. TyP:** Hace ya varias décadas que las prácticas políticas están sometidas a importantes mutaciones. Desde que se empezó a analizar el fenómeno de la videopolítica, diferentes autores, como Exeni<sup>4</sup>, explican cómo la acción de los medios ha ido transformado a la política. Se destacan transformaciones en, por lo menos, tres direcciones: la personalización -la política como escenario de pugna entre personajes-, la espectacularización -en donde importan más las imágenes que las ideas-, y la sustitución -en donde el comunicador acaba suplantando al político-. Cuando analizamos los procesos de digitalización de la política, creemos que es posible identificar otras transformaciones. Destacamos una vinculada al modo de proceder de lo digital: la adición. Coincidiendo con Han<sup>5</sup>, pensamos que lo aditivo genera ruido. ¿Es posible pensar que ese ruido genera una nueva transformación?, ¿o quizás sea una nueva espectacularización?

*MM: Me parece que con la llegada de las redes sociales, como territorio ya asentado, los medios quedaron un poco perdidos en el relato general. Y pasan varias cosas. Una, que los medios de comunicación, sus plantillas, han pasado a formarse con una enormidad de nombres que sin las redes sociales serían personas desconocidas, por ejemplo. Ese es un fenómeno del que los medios se hacen bastante poco cargo. Sin embargo, es recurrente y mundial. Por otro lado, los propios periodistas de los medios de comunicación masivos necesitaron ir a las redes sociales para contar otras cosas y para construirse en términos personales e individuales un perfil complementario. O para anunciar primicias, por ejemplo. O sea que armaron un personaje, un perfil, una narración por fuera de sus propios medios de comunicación. De hecho, lo que tiene que ver específicamente con los periodistas es la cercanía que necesitan generar. Ahora con la salida de Disney Plus, por ejemplo, encontrás un intercambio en Twitter de Netflix Latam y de Disney Plus, muy canchero, muy simpático, muy cercano, como si fueran personas comunes y corrientes. Y estamos hablando de dos de las corporaciones comunicacionales más importantes del mundo. Entonces, ahí mismo hay una información de cómo las corporaciones necesitan tener una cara digital y, al mismo tiempo, lo más humana posible. Hay una especie de contradicción, de paradoja u oxímoron, de que en el mundo digital es en donde construyen su costado más humano las corporaciones. Y eso vos no lo ves en un institucional de la televisión, hay otras lógicas.*

*Y, por otro lado, lo que me parece que sí ha pasado con los medios de comunicación es que en su modo de relato han cambiado, por ejemplo respecto de los noventa o los dos mil, y ahora ese alarido de indignación que es el sello de los tiempos de las redes sociales, hoy es moneda corriente de la televisión, sobre todo. Un poquito menos de la radio, pero también. El alarido, ¿no? El alarido como modo de comunicación, que eso no era propio de la televisión, de hecho, gritar en televisión, casi que estaba mal visto para la propia lógica de su funcionamiento. Como que, si hubiera una especie de regulación de modos de participación en la televisión, en la televisión no se grita*

*y, si se grita, es la excepción. Y, en este caso, lo que ha terminado pasando es que hoy pareciera que hay que gritar más fuerte para poder diferenciarse o llamar la atención de tanta cantidad de alarido de indignación, de la sobrecarga de gritos que hay en las redes sociales. Esto es toda una novedad. Menos teorizada y menos observada porque es más sutil. Pero yo creo que es la más importante y es que las redes sociales están modificando los modos de contar. Así como las plataformas nos están cambiando los modos de mirar, de mirar cine, de mirar televisión, de consumir; nos están modificando como audiencia cinéfila. Las redes sociales nos están modificando como audiencias de personas con deseos de información y también están modificando los modos de informar de los medios tradicionales.*

**Rev. TyP: Cuando nos adentramos en el análisis de las vinculaciones entre los medios de comunicación y la política, un foco de atención recae en los actores que participan en el debate público. Suele sostenerse que, en ese debate, un actor que aparece en escena, pero sólo referenciado desde el espacio mediático, es la ciudadanía. Con las redes ¿eso cambió? La potencia de la voz de los usuarios de las redes parece abrir un nuevo análisis acerca de las características del debate público y de los procesos de configuración de la opinión pública. Los usuarios de las redes, muchas veces, son los encargados de señalar el camino de lo aceptable y de lo condenable. ¿Se vincula esto con un nuevo poder que tenemos las audiencias? ¿Son las redes un nuevo ágora de la discusión pública?**

*MM: No, yo creo que no. Las redes no son la nueva ágora de la discusión pública. La idea de que todos podemos y, lo que es peor, debemos hablar sobre todo, genera la ilusión de ágora pública que elogiamos sin entender que la historia de esos espacios de deliberación directa ha estado plagada de las peores actitudes humanas, como asesinatos, envenenamientos, batallas campales y escraches de todo tipo.*

*Si bien en las redes hay un nuevo lugar para la emisión de voces, el tema es que esos mensajes que se emiten, yo creo que están pensados como una especie de voces libres pero que no son tales porque nadie es absolutamente libre. Y, segundo, porque me parece que hay una especie de reiteración en el decir de las redes sociales que es una especie de retroalimentación de lo que dijo la red. Y hay un problema con el consumo también de ese tipo de mensajes. Uno emite algún posteo y cree que lo que llega del otro lado es el posteo que uno emitió. Ahí hay un primer error de conceptualización y es que nunca el mensaje es lo que llega sino que depende de las condiciones de recepción. Así como esto no se entendió con los medios de comunicación, no se entiende con las redes sociales. Y, en segundo lugar, lo que a ese receptor le llega, además de ser un mensaje con las características propias de la recepción, le llega en el marco de una catarata de otra cantidad de posteos y no un posteo individual. Y eso, el que emite, no lo termina de tener claro. Me parece que ahí también hay un problema de conceptualización.*

### ¿El nosotros virtual?

Han (2015) sostiene que el medio digital despoja la comunicación de su carácter táctil y corporal. Desde la comodidad y eficiencia de este tipo de comunicación, pareciera no percibirse la falta de contacto con las personas reales, con lo real en general. En un contexto de ampliación de las vulnerabilidades sociales, preocupa la circulación de ciertos discursos que parecen dinamizarse a través de lógicas de polarización discursiva, o que tratan de amoldar la realidad, la experiencia, a esos principios polares. ¿Las redes sociales contribuyen a la despersonalización de las problemáticas que sufren importantes sectores de la población? ¿Han logrado separar el mundo real del mundo virtual? ¿A quién le resulta funcional tal operación?

La profesora Mariana Moyano explica en su libro que algunos trabajos vinculados a las neurociencias han demostrado que cuando alguien manifiesta algún estado de ánimo (como sufrimiento, alegría) o realiza algunas acciones concretas como bostezar o reírse, se activan en nosotros las denominadas neuronas espejos y tendemos a imitar o empatizar con esa persona. Estas neuronas no solo nos ayudan a reconocer las acciones de los demás, sino también a comprenderlas y sentirlas.

En el caso de las interfaces que operan en las redes sociales ese contacto con el otro se desdibuja, se pierde. Y ante menor contacto con el otro menor es el efecto de estímulo sobre la neurona espejo. Pero no sólo se pierde ese contacto sino también el contexto, en tanto éste es transmitido a través de nuestro cuerpo. Si bien esta despersonalización no es exclusiva de las redes sociales, las interacciones por estas plataformas tienden a alejarnos de la sensación espejo, de la empatía por el otro.

Así, si bien estamos todos hiperconectados no se construye un nosotros, sino, por el contrario se exalta el yo narcisista.

Sin embargo, aunque sea posible identificar cierta dificultad en el espacio de las redes para conformar un “nosotros” estable, sí es posible observar en ciertos momentos a multitudes de usuarios que se presentan, quizás de manera fugaz y dispersa, denunciando, mostrando indignación y constituyéndose en centros de atención. Esa presencia, por más fugaz que sea, tiene una funcionalidad muy importante en el tipo de sociedad en el que vivimos. Pensamos, por ejemplo, en un aspecto analizado por Moyano vinculado al poder del dispositivo del trolleo; poder que no refiere tanto a la manipulación de la opinión pública sino al fomento de esquemas de autocensura, a la generación de “ruido” y distracciones. Esta mecánica, puesta en funcionamiento por las redes, actúa a partir de una multiplicidad de voces que se activan para aconsejarnos, reprendernos, insultarnos por cada tema, opinión o pensamiento que publicamos. Esa parece ser una mecánica de las redes con consecuencias importantes. La solidaridad desaparece y con esa desaparición se produce una decadencia de lo común y de lo comunitario.

**Rev. TyP: En este marco, si las redes sociales tienen mayor incidencia en la gestión de las subjetividades políticas desde el plano de las emociones más profundas del sujeto (ira, miedo, entusiasmo, esperanza) y si, además, el usuario está sólo conectado con una máquina sin presencia física de otra persona, ¿podemos sostener que en la actualidad *la política es más personal que nunca?* De ser así, ¿en qué lugar queda lo colectivo en el mundo de redes?**

MM: *Lo que estamos viviendo, que empezó a generarse a principios de siglo pero que no lo vivimos en toda su potencialidad (o por lo menos hasta ahora en su mayor potencialidad), es que las agendas temáticas han cambiado y han pasado a ser agendas de emociones. No se trata tanto de hablar de temas sino que de lo que se trata es de abordarlos de un modo en particular. Por eso, por ahí, la política pierde, porque sigue argumentando con los modos del siglo XX y los modos argumentativos y pedagógicos de la explicación; y hoy se consumen emociones. Sea esto consciente, o no. Pero, por eso, las redes ganan en el sentido que instalan una emoción, instalan la indignación y el enojo. Básicamente por una cosa que trabajo en el libro que es por cómo funciona la maquinaria y la necesidad del engagement<sup>6</sup>. Te necesitan ahí y el modo en que el ser humano se queda más tiempo ahí es cuando se refuerzan los enojos, las discusiones. Entonces todas las mecánicas de las redes (el fav, el like, el repost, el retwuit) están pensadas para que te quedes ahí y el modo en que te quedes ahí es desde el enojo.*

**Rev. TyP: Lo emocional parece tener cada vez más peso en el mundo de la comunicación digital. No obstante, observamos muchas situaciones que parecieran demostrar que a veces faltan algunas herramientas para manejarnos de manera saludable en ese territorio. Tal vez necesitamos realizar un aprendizaje emocional para comunicarnos de otra manera..., un aprendizaje que colabore en la comunicación política. ¿Coincidís con esta idea?**

MM: *Sí, coincido con este planteo. Lo que agregaría es que me parece que nos hace falta ciudadanía digital, ¿no? Algo de ciudadanía mediática pudimos adquirir, pero lo que tengo es un tema con las persona hiperpolitizadas. Creo que muchos han confundido que criticar mucho a los medios de comunicación es conocerlos. Y eso me parece un problema. Básicamente porque genera una idea de conocimiento que lo que hace es relajar la posibilidad de generación de anticuerpos y de antenas atentas, ¿no? Entonces, me preocupo bastante cuando veo personas que evidentemente no conocen, que creen que sí, entonces dan por sentado una cantidad de cosas o lanzan afirmaciones rotundas. Y con ese desconocimiento profundo, desconociendo que se desconoce, uno queda mucho más vulnerable frente a eso, como en todos los aspectos de la vida. Entonces, me parece que lo ideal sería reforzar eso, adquirir una ciudadanía mediática en serio y, en esa línea, adquirir también ciudadanía digital. En eso sí veo que somos absolutamente vulnerables, que hay un profundísimo desconocimiento de cómo funcionan, una negación diría a veces. O negación, o resistencia..., o desdén. Y eso me preocupa muchísimo, porque no se entiende qué son las emociones y cómo funcionan ahí y vamos a ese territorio desconociendo de qué se trata, absolutamente desarmados, o sea que quedamos muy vulnerables. No solamente de las redes en sí mismas, que son como focos con millones de focos de atención sobre mis focos de atención (por eso se habla tanto de la economía de la atención, me quieren a mí, me necesitan ahí a mí, a vos, a cada uno de nosotros..., ahí). Esa vulnerabilidad parte de la idea de que no somos muy conscientes de que nos necesitan ahí y cómo nos necesitan ahí. Entonces, yo creo que el camino es por adquirir ciudadanía digital. Porque además hay una idea de que “ay yo no tengo*

*redes sociales entonces no me afecta”. Bueno, pero como decíamos, si los modos de contar están modificándose siguiendo las estéticas de las redes sociales, te va a llegar, en algún momento te va a llegar. Porque los cambios son sociales, no de ámbitos compartimentados. Esto me preocupa especialmente.*

### **Cierre**

La discusión es extensa y dinámica. La automatización de los procesos tecnológicos ha instaurado lógicas de funcionamiento social que independen de la intervención y deliberación humana. La tecnología funciona en su propio tiempo, el digital. La pandemia producida por el COVID-19 y su consecuente aislamiento social han acelerado, sin ningún lugar a duda, la penetración de este entramado digital en las subjetividades actuales. Gran parte del mundo laboral y escolar, de los vínculos afectivos, de los espacios de entretenimiento, han pasado a circular, casi con exclusividad, por este territorio digitalizado.

¿Qué nos deparará esta abrupta aceleración? Sabemos que la velocidad conlleva un aumento en el riesgo del accidente. Si tomamos aquella advertencia de Virilio (en Lotringer y Virilio, 2003), de que la aceleración y la velocidad, no solamente en el cálculo sino también en la apreciación y la decisión de los actos de una persona, hacen que el sujeto pase a actuar más por reflejo que por reflexión, no podemos menos que estar alertas y preocupados.

Si el terreno de lo político, ese lugar donde se toman las principales decisiones sobre la organización de las vidas del mundo social, no es ajeno a esta aceleración del tiempo digital, a este juego y manejo de las emociones/pasiones más primarias que operan en las redes sociales, los “accidentes” en este plano pueden tener consecuencias extensas y profundas.

El único antídoto, la prevención...

Ante esta situación de sospecha, desde las ciencias sociales, sólo se puede estar prevenido si nos equipamos desde el pensamiento crítico y reflexivo. Las palabras de la Profesora Moyano colaboran en este sentido, nos brindan algunas pistas, algunos posibles senderos por dónde indagar y pensar. Desde ese lugar hemos diagramado esta entrevista y este dossier, como un espacio para nutrir de ideas, de contenidos, de herramientas, las instancias de reflexión sobre estos fenómenos.

### **Notas**

<sup>1</sup> Periodista y docente de la carrera de Ciencias de la Comunicación en la facultad de Ciencias sociales de la UBA. Se desempeñó en medios gráficos (El Cronista, El Planeta Urbano, Clarín, Tres Puntos, entre otros) radiales y televisivos (Radio América, Radio Del Plata, FM La Tribu, Canal 9, Canal 7, Radio Nacional y AM 530, entre otros). Fundó las revistas Actio (1999-2000) y La Página del Medio en 1998, una publicación especializada en medios de comunicación. En los últimos años ha escrito y colaborado con Página 12, Miradas al Sur, Tiempo Argentino y Diagonales. Su último libro publicado se titula *Trolls S.A.: la industria del odio en Internet*.

<sup>2</sup> Con esta sigla se hace alusión al Partido de los Trabajadores. Este partido político llegó a gobernar Brasil durante 2003 hasta 2014. Representa un amplio espectro de los que se podría llamar la izquierda y centro izquierda de ese país y su máximo líder es Luis Inácio Lula da Silva.

<sup>3</sup> La autora, en su último libro, explicita que las redes sociales, lejos de contribuir a la empatía, expande aún más las grietas que habitan en una sociedad determinada. Existen distintos mecanismos propios de estas redes que colaboran para ello, desde los pocos recursos con los que cuenta para poder expresarnos, lo cual hace que juzguemos del mismo modo acontecimientos corporales, reales y con consecuencias diferente; hasta la búsqueda de reconocimiento individual antes que colectivo, expresado en el deseo de la aprobación corporal e intelectual.

<sup>4</sup> Por ejemplo en Exeni, J. (2005), *MediaMorfosis. Comunicación política e in/gobernabilidad en democracia*. Bolivia: Plural.

<sup>5</sup> Por ejemplo en Han, B. (2015). *En el enjambre*. Barcelona: Herder. y Han, B. (2014). *Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Barcelona: Herder. 2014

<sup>6</sup> En su libro, Mariana Moyano trabaja “La indignación como engagement”. El engagement resulta una forma de medir el éxito de una red social, por ejemplo, y se vincula al grado de interacción que ha conseguido. En este marco, Moyano se pregunta, “¿Qué pasa entonces si la indignación no es más que un efecto (nada colateral, sino buscado por las mismas plataformas) necesario para elevar el engagement que tanto desvela a las grandes empresas?” (60).

### **Bibliografía referenciada**

Han, B. (2015). *En el enjambre*. Barcelona: Herder.

Lotringer, S. y Virilio, P. (2003). *Amanecer crepuscular*. Bs. As.: Fondo de Cultura Económica.

Moyano, M. (2019). *TROLLS S.A. La industria del odio en internet*. Buenos Aires: Planeta.