

La batalla de la izquierda y las redes sociales



The left-wing war and social networks

Pascual Serrano

España. Rebelión

Intervención en el II Taller Internacional “Las redes sociales y los medios alternativos, nuevo escenario de la comunicación política en el ámbito digital”. La batalla de la izquierda y las redes sociales. La Habana, febrero 2013. Pascual Serrano. <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=163823>



Las nuevas tecnologías, internet, las redes sociales han llegado a la ciudadanía con una aureola de democratización, participación e igualitarismo que conllevó una fascinación progresista unida a la ya de por sí inherente de la tecnológica. No solamente se trataba de aparatos, formatos y soportes fascinantes tecnológicamente —como toda tecnología innovadora—, sino que además resultaban —en tanto que igualitarias y baratas— libertadoras en la medida en que parecía que rompían el monopolio de la difusión de los grandes grupos de comunicación y las grandes empresas. No se podía pedir más. No negaremos que parte de todo esto es verdad, pero no basta con esa conclusión, existen muchos más elementos en torno a las nuevas tecnologías de los que debemos estar alertados y preparados; y es necesario poner en tela de juicio ese mito progresista respecto al nuevo fenómeno comunicacional.

Debemos de plantearnos si las redes sociales son un elemento de socialización o, por el contrario, de aislamiento. Ya sabemos que el 39% de los usuarios de redes pasa más tiempo socializado a través de estos canales que con otras personas cara a cara. Y en cuanto a las motivaciones que les llevan al uso de las redes y los contenidos y temáticas que les ocupan, el exhibicionismo de la intimidad, la vanidad y el egocentrismo priman en redes como Facebook por encima del interés por formarse cultural o intelectualmente. Se piensa que los formatos de estas redes son un fenómeno de revolución popular de signo progresista, pero, como en la mayoría de los productos culturales promovidos por el mercado moderno, el dominio sigue siendo de la frivolidad, un estudio de Twitter mostró en 2012 que los picos de actividad coincidieron con los goles de la Eurocopa, cuando los usuarios usaban la red social para celebrarlo¹. El futbolista Fernando Torres tenía 318.714 seguidores en Twitter y lo único que había escrito en la red era un tuit, en inglés, medio año antes diciendo algo así

como “Todavía no he empezado en Twitter, pero esta es mi página oficial y ya está lista para cuando llegue el momento oportuno”. De modo que había cientos de miles de personas siguiendo a alguien que no decía nada.

La importancia que se da a las redes sociales es tal que se dice que algunos medios seleccionan a sus colaboradores y columnistas según el número de seguidores que tienen en las redes sociales. El profesor francés Salim Lamrani demostró que la bloguera anticastrista de fama mundial Yoani Sánchez, colaboradora en numerosa prensa europea, había inflado su Twitter con miles de seguidores falsos.

El supuesto igualitarismo democratizador de las redes sociales ha tenido, no se puede negar, elementos positivos, como el fin del oligopolio de la agenda y la selección informativa de los grandes medios, pero también tiene su cara negativa. Se trata de la ausencia de brújula que nos oriente para distinguir lo valioso de lo irrelevante, lo riguroso del rumor, lo verdadero de lo falso, el especialista del improvisador, el análisis del brillante del comentario de bar. Que yo pueda pontificar sobre política con la misma autoridad que Kissinger o de economía con la misma contundencia que Friedman nos puede enorgullecer a los críticos del control de la información por parte de los poderes, pero no supone necesariamente sustituir el pensamiento dominante del establishment por el pensamiento alternativo crítico. La catarata de internet nos ofrece sin distinción el estudio riguroso, el dato valioso, el argumento elaborado, la tesis conspiranoica sin fundamento, la cifra falsa, la suplantación de un testigo, el megalómano mentiroso, el vanidoso cansino, la trivialidad banal. No quisiera que se me confundiera y se pensase que estoy defendiendo el elitismo, la historia está repleta de supuestos especialistas y doctos que sólo eran unos mediocres pero, para cambiar y mejorar el mundo, es necesario orientarse en la niebla y el vocerío estruendoso puede ser tan estéril que también puede colaborar con la reacción e impedir el cambio. Mi propuesta no es renunciar a las redes sociales ni a otras muchas opciones que nos abre la red, sino tener claras sus limitaciones e intentar rectificar la deriva de sus contenidos y el perverso uso mayoritario que la ciudadanía le está dando.

Un objetivo ideológico

Hemos de considerar que si bien la aparición de internet ha supuesto una libertad de información —y de desinformación— sin precedentes y el fin del oligopolio de la distribución de esta información, en la red siguen siendo desproporcionadamente poderosos los mismos que fuera de ella. Las grandes empresas desarrollan métodos de presencia e influencia abrumadora sobre el contenido de internet: a través de colaboradores pagados en foros y webs, mediante influencia en buscadores, inversiones en diseños y tecnología que desarrollan sus proyectos en internet. Tampoco olvidemos que lo más leído en la red en cuanto a información siguen siendo los grandes medios tradicionales, incluso son los más referenciados en las redes sociales. Según datos del Instituto Nielsen NetRatings publicados por Le Monde y citados por Ignacio Ramonet, “de entre los doscientos sitios web de información online más visitados de Estados Unidos, los medios tradicionales representan un 67% del tráfico” y “el 80% de los enlaces que encontramos en las webs informativas, los blogs o las redes sociales norteamericanos remiten a medios de comunicación tradicionales”. Concluye Ramonet que “en internet, el fenómeno de la concentración de información y de la escasez de pluralismo, aunque de naturaleza diferente, no es menos importante que en la prensa tradicional”².

Por otra parte, y recordando a Guy Debord, el formato espectacular de imagen, color, movimiento, interacción y superficialidad de la información actual ya es, en sí mismo, ideología: “El espectáculo es la ideología por excelencia, porque expone y manifiesta plenamente la esencia de todo sistema ideológico: empobrecimiento, servidumbre y negación de la vida real”.³

Son numerosos los elementos de ideologización que encontramos en los nuevos formatos y el nuevo patrón informativo que se está imponiendo. Para empezar los motores de búsqueda ya incorporan un sesgo reaccionario y conservador. Sus criterios priman lo mayoritario, lo popular, el consenso dominante, no solo a la hora de priorizar las temáticas, sino también las tesis sobre esos temas, los autores, los portales informativos. En una biblioteca uno encontraba el libro del pensador reaccionario al lado del pensador rupturista, en cambio Google nos ofrece los primeros diez enlaces del autor y el medio dominante y el alternativo o contracorriente

aparece mucho después. Los grandes medios pueden disponer de técnicos y complejas estrategias informáticas para lograr un buen posicionamiento en los motores de búsqueda, en algunos casos incluyen en sus contenidos determinadas palabras claves que saben que son las más buscadas por los internautas. Tenemos así otra nueva forma de adulteración de la información que se intoxica para triunfar en Google.

Propietarios

Para aproximarnos al ideario de los principales interesados en el nuevo modelo informativo tecnológico podemos hacer un somero repaso de los accionistas de las principales empresas, es decir, quienes financian y reciben beneficios de este modelo.

En primer lugar tenemos al gigante Google, que cotiza en el Nasdaq y es propietario, entre otras empresas y servicios, de Youtube y de Motorola Mobility. Entre sus accionistas, junto a los fundadores Sergey Brin y Larry Page, se encuentra Eric Schmidt, miembro del Club Bilderberg, fue el presidente y director general de Google hasta abril de 2011. También Ram Shriram, antes directivo de Netscape y de Amazon. Entre los inversores institucionales, básicamente se encuentran grandes fondos de inversión de capital riesgo como FMR LLC, The Vanguard Group, Inc., State Street Corporation y otros más.

En cuanto a Facebook sabemos que recaudó unos 18.000 millones de dólares con su salida a Bolsa, esa operación la gestionó Morgan Stanley, que estuvo al frente de la operación junto Goldman Sachs y JP Morgan. Su fundador, Mark Zuckerberg, posee el 18,4% de la compañía. Entre los principales accionistas y directivos se encuentra Goldman Sachs, un banco que, como se recordará, estuvo implicado en la crisis financiera de Estados Unidos en 2008. También estuvo involucrado en el origen de la crisis financiera de Grecia de 2010-2011, ya que ayudó a esconder el déficit de las cuentas griegas del gobierno conservador. Otro accionista de Facebook es Erskine Bowles (también es miembro de la junta directiva), fue alto cargo de la administración Clinton y ahora de la de Obama como presidente de la Comisión Nacional de Responsabilidad Fiscal y Reforma. Además es miembro de la junta directiva de General Motors, Morgan Stanley y Norfolk Southern Corporation. También tenemos a Sheryl Sandberg, quien trabajó para Google y el Banco Mundial. Fue jefa de gabinete en el Departamento del Tesoro en la Administración Clinton. Perteneció al directorio de empresas como Walt Disney y Starbucks. Y Reed Hastings, director ejecutivo de Netflix, un proveedor de internet estadounidense, y miembro del consejo de administración de Microsoft, además del de Facebook.

La mayoría de los accionistas de Twitter proceden de firmas de capital de riesgo como Spark Capital, Union Square Ventures, Kleiner Perkins Benchmark Capital, Institutional Venture Partners, T. Rowe Price, y DST Group. La empresa está obsesionada con que no sean más de 500 para no tener que cotizar en bolsa y no hacerlos públicos. Se sabe que entre los accionistas de Twitter se encuentra el príncipe saudí Alwaleed bin Talal, quien anunció en diciembre de 2011 que había adquirido una participación de 300 millones de dólares. Skype ha sido comprada recientemente por Microsoft y Tuenti es propiedad en su mayoría de Telefónica.

A todo lo anterior podemos añadir los intereses empresariales de los consorcios de fabricación de teléfonos móviles, la industria de la informática y las operadoras de telefonía e internet. En conclusión, una vez más, detrás de las empresas de los nuevos formatos de comunicación, están los grandes grupos de inversión mundiales junto con algunos multimillonarios de la nueva economía, es fácil deducir la ideología que promoverán.

Censura

La propiedad privada de las empresas tecnológicas y sus soportes tecnológicos modernos les permiten todo tipo de censura que, asombrosamente, es aceptada por ciudadanía y los poderes públicos. Se considera a redes sociales como Facebook y soportes como Youtube ejemplos de logros en la democratización de la información sin percibir que se trata de empresas privadas que, mediante un teclazo desde sus centros de control, pueden eliminar un contenido díscolo y hacer desaparecer a un usuario con la resignación de una sociedad que nunca

se plantea que estamos ante un ataque a la libertad de expresión. Facebook veta imágenes que no le gustan y expulsa de sus páginas a colectivos que le parecen indeseables. En junio de 2012, Facebook censuró una portada de la revista de humor española *El Jueves* alusiva a Merkel y Rajoy y comunicó al administrador que la había colgado que se le sancionaba con 30 días sin poder subir contenidos a la red social.⁴ Si la revista se seguía distribuyendo con normalidad en los quioscos y, en cambio, en la red social Facebook no se permitía y se sancionaba al usuario estábamos sufriendo, de manos de las redes sociales, un retroceso de la libertad de expresión.

Las noticias de grupos sociales que ven eliminada su página de Facebook son constantes, en abril de 2011 diferentes colectivos que protestaban en el Reino Unido contra los recortes de su gobierno denunciaron el cierre de sus páginas en esta red⁵. Ese mismo mes unos activistas españoles del 15M denunciaban que el anuncio de su manifestación, con más de veintitrés mil asistentes confirmados, era borrada de varias de sus páginas.⁶ Youtube elimina vídeos bajo cualquier argumento insostenible, como sucedió con la cuenta del portal Cubadebate por un vídeo que denunciaba el apoyo financiero que recibía el terrorista Luis Posada Carriles⁷, autor intelectual de la explosión de un avión civil cubano que provocó la muerte de 73 personas. Algunos usuarios también denunciaron que les borraron vídeos de Youtube, al igual que su cuenta de usuario, argumentando que violaban derechos de autor cuando se trataba de imágenes de televisiones públicas que las emitían y las cedían para libre uso.⁸ Las denuncias de los afectados por esas acciones nunca tienen gran trascendencia ni ninguna viabilidad legal puesto que son empresas privadas que, desde su casi monopolio del servicio y con una imagen internacional de comunicación libre y gratuita, aplican la censura con regularidad. Por su parte, los internautas cubanos denunciaron que Google ha vetado a los habitantes de ese país el uso de su servicio Google Analytics, a través del cual los administradores de páginas web conocen las estadísticas de accesos. En cambio la empresa sí puede seguir utilizando esos datos para sus cálculos y negocios.⁹ Es ingenuo creer que nos van a dejar su logística, es como si un grupo de Panteras Negras se quisieran reunir en un local de McDonalds.

El modelo de funcionamiento de las redes puede ser claramente reaccionario y conservador. Obsérvese, por ejemplo, que en Facebook aparece siempre la opción “me gusta”, pero no existe la correspondiente “no me gusta”. “Se trata de impedir, obviamente, la sanción de marcas y productos que puedan ser futuros anunciantes o inversores. Pero también se inscribe de lleno en ese ciberoptimismo por el que se incita a la producción constante (inteligencia colectiva) y se desprecia la crítica y, sobre todo, la inacción, la huelga, la renuncia”.¹⁰

Ciberactivismo

El riesgo de internet es pensar que se vive la democracia en directo, cuando sólo es una democracia virtual. Internet no es más que la continuación de la utopía de querer hablar directamente con todo el mundo; el problema es pensar que eso va a resolver nuestros problemas reales.¹¹

Nuestro activismo político se despeña por una pendiente hacia la virtualidad de los manifiestos y firmas en la red, el sexo ha alcanzado la higiene absoluta y la desinhibición total gracias al mundo virtual, los amigos no están en el bar sino en el facebook, seguirán contabilizados aunque mueran mañana. Las autopistas son virtuales porque son las “autopistas de la información”. Pero mientras sucede todo esto, las guerras y las hambrunas nada virtuales con sus muertos no virtuales y los armamentos y criminales que las provocan, tampoco virtuales, siguen existiendo. Del mismo modo, nuestro salario y nuestras prestaciones sociales nos las están disminuyendo de forma real, mientras seguimos conectados al mundo virtual. La ofensiva tecnológica-virtual parece diseñada para sacarnos de la realidad auténtica y meternos en una realidad virtual con el objetivo de neutralizarnos. Existen juegos en internet para niños —y adultos— en el que el sistema te premia con “créditos” para comprar objetos virtuales previo envío de SMS con un coste en euros reales. Es decir, cambian con toda impunidad dinero real por dinero virtual. Del mismo modo actúa gran parte de la revolución tecnológica: nos roba nuestra vida real, sobre todo si puede ser potencialmente crítica y subversiva, y nos la cambia por vida virtual. Ese es uno de los objetivos de la denominada brecha digital, mientras los empobrecidos del

mundo mueren de hambre, los que tienen para comer son aprehendidos y llevados al mundo virtual, el mundo feliz de Aldous Huxley donde no tendrán por qué preocuparse de los pobres. Toda esta catarata tecnológica tiene como objetivo principal el aislamiento del individuo.

Exponer esta tesis en Cuba, donde sus ciudadanos sufren grandes dificultades para el uso de internet debido al bloqueo de Estados Unidos que impide que la isla acceda con normalidad al ciberespacio puede parecer inoportuno, pero yo vengo de una Europa abducida por las redes y creo necesario advertir a los cubanos de esa posibilidad.

Espectáculo y alineación

Los nuevos soportes y formatos están desarrollando un modelo informativo superficial y simplista de la realidad y del pensamiento. Si lo analizamos desde el punto de vista ideológico, estaremos de acuerdo en que la superficialidad sintoniza más con un ideario que no pretenda cambiar las estructuras de poder vigentes, que fomenta el acomodo de los ciudadanos al modelo dominante. En cambio, un ideario que pretenda desarrollar el análisis inductivo, el pensamiento crítico, que ponga en tela de juicio las estructuras de poder, requiere una información y un pensamiento más elaborado, más profundo y argumentado.

Redes físicas

Frente a las redes virtuales, debemos apostar por construir redes reales. Para ello, el primer paso es reconocer que las virtuales nunca pueden sustituirlas, tanto si pretenden fortalecer lazos de amistad como si buscan organizar a la ciudadanía socialmente para cualquier objetivo. Las redes de internet son precarias, coyunturales e impiden establecer lazos firmes entre sus miembros. Aunque resulte una obviedad, no hay que dejar de insistir en que los “amigos” de Facebook no son amigos. Unas redes firmes, sólidas y duraderas requieren personas que se encuentren físicamente en el mundo real, que se enfrenten a situaciones de la vida real en lugares físicos, cara a cara, que discutan sobre problemas comunes, objetivos y planes de acción. Todo ello sin la mediación de máquinas. Las redes sociales y el mundo virtual han socavado el histórico derecho de reunión y lo han sustituido por un hecho social alucinatorio: la falsa conciencia de reunión, la ‘ilusión de reunión’. La conciencia espectadora, presa de la pantalla, tras la cual ha sido deportada la propia vida, sólo encuentra interlocutores ficticios que desemboca en un autismo espectacular¹². En palabras premonitorias de adónde nos ha llevado internet, Guy Debord afirmó que “la ‘misión histórica de instaurar la verdad en el mundo’ no pueden realizarla ni el individuo aislado ni la muchedumbre atomizada”. Y, hoy, cada uno de nosotros, frente a nuestro ordenador, no somos otra cosa que muchedumbre atomizada. La alternativa según Debord era el Consejo Obrero como forma desalienada de la democracia. Sí, un término, el de Consejo Obrero, que puede parecer arcaico, pero que no es otra cosa que el encuentro físico de seres humanos oprimidos con el objetivo de liberarse y de cambiar el mundo. Vicente Romano, en su *Ecología de la Comunicación*, plantea que hay que “reivindicar, proteger y fomentar los espacios experimentales, los lugares públicos, contra la retificación (red, tejido) telemática de la sociedad”¹³. En su opinión, “es menester el entorno natural y social vivo, en vez de los sistemas tecnológicos rígidos en los que los seres humanos están fijos en el sentido del diálogo persona-máquina. Para ello reivindica “espacios sensorialmente perceptibles en donde pueda desplegarse la profusión social y humana al instante”. Romano los denomina “lugares del tiempo”, y son “lugares del encuentro, de entrar en contacto: mercados, plazas, campos deportivos, patios, cafés, iglesias, etc.” Es importante insistir en que la comunicación no presencial es imaginaria. La presencia real, en cambio, es física, orgánica, material. Estamos donde estamos, y en ningún otro sitio, e interactuamos donde estamos de verdad. Tendemos cada vez más a atenuar la diferencia que existe entre esos dos tipos de presencia.¹⁴ El escritor Isaac Rosa nos puso el ejemplo de las movilizaciones de los mineros españoles en el verano de 2012:

Mientras nosotros escribimos posts y tuits de denuncia contra los recortes (yo el primero), ellos se encierran en los pozos, paralizan el tráfico, levantan en pie de guerra comarcas enteras, y finalmente echan a andar por la carretera. Mientras nosotros pintamos insignias

pancartas y componemos simpáticos pareados para gritar en manifestación, ellos se enfrentan a cuerpo con la Guardia Civil. Mientras nosotros retuiteamos y damos miles de “me gusta” para apoyar las reivindicaciones de los colectivos más castigados, ellos van pueblo por pueblo dando y recibiendo abrazos, compartiendo comidas y techo. Mientras esperamos al próximo aniversario para volver a tomar las plazas, ellos se plantan en la Puerta del Sol tras haber hecho suyas las plazas de todas aquellas localidades por las que pasaron.

La lección está clara: ante el ataque total contra los trabajadores, estos no son tiempos de hashtag, sino de barricada. Frente a la solidaridad efímera de la red social y la indignación inofensiva, son tiempos de caminar juntos, de compartir encierro o marcha, de encontrarse en las calles, de abrazarse como ya no nos abrazábamos, como estos días se abrazaban los mineros con quienes los esperaban a la entrada de cada pueblo.¹⁵

Con este evento Cuba ha demostrado ser nuevamente pionera. Al reunirnos aquí ha convertido en tangible y real el mundo virtual que yo estoy criticando. Aquí algunos se han calificado de “cibermambís”, pero yo quiero precisar que los cubanos lograron su independencia de España con mambís reales, si se hubieran quedado en cibermambís, todavía gobernaríamos los españoles. Y Fidel Castro no vino en un “cibergranma” vino en el Granma, un barco físico y real.

Jugar en terreno enemigo

Nadie deberá pensar que vamos a negar el gran avance que ha supuesto internet en numerosos aspectos. Desde el ámbito de la educación al de la comunicación entre las personas y, por supuesto, en el periodismo. Especialmente, y ese logro nunca debemos olvidarlo, para terminar con la exclusividad informativa que tenían las grandes empresas. La generación puente de periodistas críticos que conocimos la profesión antes de internet y después, podemos constatar la dificultad que teníamos antes para difundir algún texto y lo sencillo que es ahora. Hace veinte años no conseguíamos un medio donde colocar nuestra información, ahora lo difícil es conseguir que el medio pueda ser descubierto por los lectores. En cualquier caso, una de las paradojas a las que nos enfrentamos ante las nuevas tecnologías, los modernos hábitos de la información y las redes sociales es que, por muchas críticas que les señalemos, no podemos mantenernos al margen porque nos veríamos barridos del panorama. Muy a nuestro pesar, nos vemos obligados a jugar en un terreno enemigo y empobrecedor pero si no lo hiciéramos nos encontraríamos expulsados del juego directamente. Esto es muy importante para Cuba, necesitada de mejorar sus servicios de conectividad y desarrollo tecnológico.

Si alguien cree que pretendo que el lector abandone su tablet, sus redes sociales, su iPhone o cualquier otro artilugio de los cuales parece que reniego, se equivoca. Mi intención no es otra que adjuntar una especie de advertencia de efectos secundarios, peligros de sobredosis, medidas de prevención y recomendaciones para el buen uso. Podríamos establecer un paralelismo con respecto a otros entornos perversos, como el de las armas. Los movimientos populares, los regímenes democráticos y participativos no pueden estar a favor del uso de la violencia y del armamento, pero no pueden permanecer en el tablero internacional sin medios de defensa porque serían derrocados inexorablemente. De ahí que debemos responder a quienes nos califican de incoherentes e hipócritas a los que criticamos las modernas tecnologías y sus formatos comunicacionales y al mismo tiempo las utilizamos. Efectivamente, es como ese pueblo pacífico, humano y solidario que odia las pistolas, pero que sabe que las necesita para defenderse. Yo mismo uso mi teléfono móvil como la mayoría de los ciudadanos, envío SMS, mantengo un blog, dispongo y consulto mi cuenta de Twitter; no se trata de cargar contra la tecnología, sus ventajas son indiscutibles y su presencia y utilización inevitables. La cuestión no es hacer que desaparezca, sino qué hacer y cómo con lo que existe. El hecho de que algunos denunciemos sus elementos adversos, intentemos desmitificarlas y advertamos del daño que pueden estar causando no deben impedir que las utilicemos, porque, como ya hemos señalado, están aquí, no podemos renunciar a ellas y además apreciamos sus ventajas. Lo mismo que no podemos exigir a un ecologista que no viaje en avión a ver a su familia que vive a dos mil kilómetros o al comunista que no se coma una mariscada, tampoco los que nos preocupamos por la involución de la información con los nuevos formatos y tecnologías vamos a volver a la máquina de escribir o renunciar a internet. No somos la versión moderna de los ludistas ingleses que se

oponían a la revolución industrial en el siglo XIX. Nuestro objetivo es intentar nadar y avanzar en este océano que nos ha tocado vivir y, para ello, buscar propuestas e iniciativas viables y que permitan combinar lo positivo de nuestros tiempos con los valores intemporales. Incluso en los contenidos supuestamente irreverentes y subversivos de nuestros medios alternativos debemos recordar que solo pueden tener sentido si tienen como objetivo la transformación del mundo, de otro modo, como también nos descubrió Debord, estarán condenados a convertirse solo en espectáculo. ©

Notas

1. “Eurocopa 2012: Twitter celebra los goles de la televisión”. Periodistas 21, 2-7-2012. <http://periodistas21.blogspot.com.es/2012/07/eurocopa-twitter-celebra-los-goles-de.html>
2. Ramonet, Ignacio. *La explosión del periodismo*. Clave Intelectual, Madrid, 2011.
3. Debord, Guy. *La sociedad del espectáculo*. Pre-Textos, Valencia, 2010
4. *El Jueves*, 14-6-2012 http://www.eljueves.es/2012/06/14/facebook_veta_nuestra_portada_merkel_rajoy_plan_sadomaso.html#
5. *The Guardian*, 24-4-2012 <http://www.guardian.co.uk/technology/2011/apr/29/facebook-accused-removing-activists-pages>
6. *Barrapunto.com*, 12-4-2011 <http://barrapunto.com/~manje/journal/35852>
7. *Cubadebate.cu*, 13-1-2011 <http://www.cubadebate.cu/noticias/2011/01/13/censura-de-youtube-a-cubadebate-desato-movimiento-solidario/>
8. *lubrio.blogspot.com.es*, 13-6-2012 <http://lubrio.blogspot.com.es/2012/06/rcn-y-venevision-usan-youtube-para.html>
9. La pupila insomne. 19-6-2012 <http://lapupilainsomne.wordpress.com/2012/06/19/google-roba-datos-de-sitios-cubanos/>
10. Baños Boncompain, Antonio, *Posteconomía. Hacia un capitalismo feudal*, Barcelona, Los libros del lince, 2012
11. Citado por Rivière, Margarita. *La fama. Iconos de la religión mediática*. Crítica, Barcelona, 2009.
12. Debord, Guy. *La sociedad del espectáculo*. Pre-Textos, Valencia, 2010
13. Romano, Vicente. *Ecología de la comunicación*. Hiru, Hondarribia, 2004
14. Benasyag, Miguel y Del Rey, Angélique. *Nunca más solo. El fenómeno del móvil*. La oveja roja. Madrid, 2007.
15. Rosa, Isaac. “Soy minero”. *Eldiario.es*, 11-7-2012 <http://www.eldiario.es/zonacritica/2012/07/11/soy-minero/>