

Justí Soriano Caldentey

Sobre el delicado equilibrio que supone estar comunicado e —supuestamente— informado y no acabar como las maracas de Machín.

Pájaros, garajes y secuestros.

Hace unos días estaba sentado, observando el flujo de pensamientos que pasaba por mi mente. Como de costumbre, dejé de lado los pensamientos y empecé a escuchar. La caricia de las hojas de los olivos, el camión que estaba en casa de mi vecino; y toda una sinfonía (camión aparte) primaveral de pájaros que me llevó a un estado de tranquilidad y de paz —muy breve, eso sí, pero— total. Rápidamente un pensamiento irrumpió, y recordé que, por lo visto, lo que me calmaba de aquellos pájaros no era los hercios en los que cantaban, ni la buena calidad de mis audífonos (que a veces los vuelven un poco estridentes, de hecho), *esta paz, está inscrita* en mi genética. Además de un niño —traumatizado— en mí, habita un animal. Ya hay consenso en que estos sonidos (excepto el camión de mi vecino, espero) inducen a una reducción del estrés¹, y algunos hallazgos lo atribuyen a nuestros genes². Las hipótesis que me he encontrado a veces se basan en que, desde tiempos ancestrales, se ha creado una asociación entre su canto, y la ausencia de peligro. Sea lo que sea, acabe o no refutado, incluso su forma de comunicación nos influye (es preciso recordar que en Spotify y en las pocas tiendas de CD's que quedan suele haber discos o *playlists* de *cantos pajareños*). Lo que los pájaros hablan, nos exhorta a sentir algo. Y es precisamente eso lo que pasa con todas las interacciones comunicativas. Si es que hay alguna interacción libre de comunicación³.

Es posible que este artículo no te proporcione las respuestas a cómo alcanzar este equilibrio del que habla su título, pero quizás puede servir como apoyo si eso que expondré —tal vez— te está pasando: no implica que seas un/a inadaptada/o. He venido a este procesador de texto a hablarte del enganche, y de forma más o menos acertada, intentar analizar qué formas podemos encontrar para estar en el nuevo mundo de la era

¹ Why birds and their songs are good for our mental health - Washington Post. [en línea], [sin fecha]. [consulta: 23 mayo 2024]. Disponible en: <https://www.washingtonpost.com/wellness/interactive/2023/birds-song-nature-mental-health-benefits/>.

² RATCLIFFE, E., GATERSLEBEN, B., & SOWDEN, P. T. *Bird sounds and their contributions to perceived attention restoration and stress recovery*. Journal of Environmental Psychology. 2013.

³ Tendemos a confundir comunicación con comunicación verbal o incluso oral. Pero eso excluye todas sus dimensiones restantes conocidas y por conocer.

de la información y comunicación, y aspirar a tener unos mínimos de salud mental y autonomía personal (casi nada). Pero esto sólo es un pequeño resumen, me queda mucho por decir.

Lo primero para solventar un problema: es darse cuenta. Es eso que me han dicho muchas veces a lo largo de mi vida aplaudiéndome por *haberlo localizado*. pero la frustración posterior de ver que encima (!) que sabes lo que tienes, no eres capaz de resolverlo, puede acabar siendo un gran nuevo problema. Bueno, pues qué cunda el pánico (al menos un poco): lo primero que voy a revelar es que —¡atención!— nos han secuestrado, y no precisamente en un garaje amordazados. Es un secuestro *con clase* (clase en sentido glamouroso, pero también de «clase social»). Bromas aparte, somos ratones de laboratorio, y algunos de estos *labs* irónicamente sí que empezaron o estuvieron en relación con (o eso dicen) un garaje: un garaje en California.

Considero que, para emanciparnos, primero tenemos que liberarnos de algo, en este caso creo que necesitamos liberarnos de quienes nos han secuestrado; pero asimismo debemos dejar la puerta abierta a que algunas opresiones de las que liberarse no sólo proceden de afuera, a veces vienen de dentro; otras veces son exógenas y se hacen endógenas⁴; si no muero antes, publicaré un ensayo sobre ello. **Aquí hablaré de emanciparnos liberándonos de aquello que nos ha secuestrado mediante la comunicación**⁵ (haciendo un giro: entender cómo nos atrapan utilizando la comunicación, y así podernos liberarnos o no ser tan frecuentemente atrapados).

El uso de la comunicación y el conocimiento del comportamiento humano para conseguir ciertos fines comerciales o políticos no es una novedad. Edward Louis Bernays es considerado el padre de las «relaciones públicas»; aunque, en mi opinión, diría más bien que es el padre de la manipulación de la opinión pública para ponerla al servicio del mercado. A través del estudio de nuestra conducta, Bernays logró que la población creyera necesitar cosas que en realidad no eran esenciales — por ejemplo, como los palos para selfies o las neveras con cámaras e IA—, impulsando así el motor del consumismo. Un ejemplo de antaño es que consiguió que las mujeres empezasen a

⁴ Un ejemplo, es lo que propone la programación neurolingüística, disciplina todavía con muchas incógnitas, pero con cada vez más hallazgos.

⁵ Utilicemos la tercera acepción de la RAE: Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor. Matizo: este receptor puede ser un objeto, o incluso un receptor «accidental», que no es a quien intencionalmente me dirijo, como lo es a veces el sistema que monitorea lo que decimos en las RRSS.

fumar⁶, toda una *efeméride triunfal*. Con ayuda de otros psicólogos, físicos, y psiquiatras de renombre (y talento) se cocinó la fórmula del actual capitalismo consumista: conseguir que la gente desee algo, crearle gozo y placer (dopamina⁷) satisfaciendo este deseo, con ello generar beneficio y flujo económico; y finalmente, una población entretenida, dócil y estable: ideal para apaciguar el pensamiento crítico. Los señores de Philip Morris, Silicon Valley y algunos del IBEX 35 se toman unas a nuestra *salud* (en doble sentido). Vamos por partes.

No nos han secuestrado tampoco en sentido estricto de la palabra, sino que han⁸ secuestrados *partes* de nosotros. Voy a partir de que los productos estrella del mercado del capitalismo de vigilancia son esencialmente tres: **nuestra atención, nuestra intimidad y nuestra autonomía** (autonomía para decidir, autonomía para interpretar, muchas de las cosas que nos hacen seres no oprimidos o incluso emancipados). Primero de todo voy a centrarme en el capitalismo de vigilancia.

Me quiere conocer para saber cómo me comporto.

De acuerdo con Zuboff⁹, el capitalismo de vigilancia o *surveillance capitalism* tiene una serie de características. Para empezar, esta vigilancia se basa en observar (luego explicaré cómo) y recopilar nuestras experiencias privadas (incluyendo la intimidad), para luego crear productos y mercancías en base a aquello que ha visto que puede interesarnos. Un ejemplo ilustrativo sería todas aquellas veces en que he hablado sobre un tema —por ejemplo, que todos mis calcetines tienen agujeros— y casualmente (!) en Instagram no pasan 24 horas y ya tengo una estupenda marca *ecofriendly* anunciándome su producto cuando abro la aplicación. Es un caso extremo en el que se me ha escuchado cuando teóricamente estaba teniendo una conversación privada con mi padre (**pero**, yo no revisé todas las cláusulas de las condiciones de privacidad interminables y casi ininteligibles para los no expertos). Hay otros ejemplos menos siniestros, como llevar varios días

⁶ CURTIS, Adam, KELSALL, Linda, y LAMBERT, Stephen, directors and producers. 2002. *The Century of the Self*. [Chapter 1 - Documentary]. BBC Four and RDF Media.

⁷ Entre otros neurotransmisores.

⁸ Lejos de cualquier teoría de conspiración de que existe un *ellos* monolítico que decide unilateralmente desde una sala como nos el mal (fumigándonos con *Chemtrails*, o metiéndonos carísimos microchips que no caben en una aguja de la vacuna contra la Covid monitorear nuestra —para este supuesto «ellos»— irrelevante vida), cuando me refiero a «han» me refiero a diversos grupos de influencia, medios de comunicación, las técnicas utilizadas por estos...

⁹ ZUBOFF, Shoshana. January 2019. Surveillance capitalism and the challenge of collective action. En: *New Labor Forum*, Vol. 28, No. 1, pp. 10-29. Los Angeles, CA: SAGE Publications.

buscando cosas en Google sobre un determinado tema, y que luego también de repente te salgan anuncios sobre ello en Facebook, u otros. De alguna forma, **se predice mi conducta** (que voy a querer comprar calcetines; o anteriormente, que me interesan los productos sostenibles, una conclusión que —en este caso— Google tiene tras revisar mi historial de visitas web, o los contenidos que he buscado en Youtube sobre permacultura y cosas eco) **en base a unos datos que se han recopilado sobre mí** creando un contenido a *imagen y semejanza*. Para **predecir mi conducta**, la clave es **monitorear mi comportamiento** (también en la **intimidad**). Si yo hubiese colocado un micro (al estilo Alexa de Amazon, pero sin su consentimiento) en casa de mis vecinos, y de sus conversaciones hubiese inferido que el suelo que tienen no es adecuado para la agricultura (porque es demasiado arcilloso), podría —gracias al generoso libre mercado— haber vendido esta información a Google ¡*et voilà!*!, luego ya sólo falta ponerles en contacto¹⁰ con una empresa que les traiga un camión con una maravillosa mezcla de arena, sulfato de calcio y mantillo. Pero esto no acaba aquí, ahora sólo hablábamos de publicidad.

Recapitulando, lo que yo pienso/siento (o comunico que pienso/siento con determinadas conductas) son datos que son almacenables y que sirven para construir una imagen de mi identidad y —entre algunas cosas— mis necesidades o caprichos (pero también mis miedos): **una espléndida base de datos**. Los datos cuantitativos sobre mí son útiles, pero todavía más los cualitativos: por eso mi intimidad es tan atractiva (para el mercado, me refiero), porque revela aspectos más específicos y profundos sobre mí. Un buen espía es el que pasa inadvertido, un inocente smartphone que me sirve para hacer fotos y ponerme en contacto con mi madre, podría conseguirlo. Cuanto más profunda e íntima sea esta información, por ejemplo, si ayer durante la sobremesa dije «Meloni es la persona que está logrando blanquear el fascismo y normalizar el racismo» y en la misma conversación dije «las personas LGTBI vamos a enfrentarnos a tiempos muy oscuros, que me recuerdan a otros momentos históricos, y temo incluso morir»; la profundidad de información captada es emocional, e ideológica: **una mina de oro**. Y si además hubiese tenido un Google Home conectado en la cocina para escuchar el resto de la conversación tras abandonar la mesa (y los móviles en ella), entonces los puntos de extracción de datos habrían sido mayores.

¹⁰ Mediante la publicidad segmentada, por ejemplo, y un algoritmo o IA cada vez más capaz de personalizarlo.

La economía de la acción es a lo que se refiere Zuboff cuando menciona las distintas estrategias usadas por el capitalismo de vigilancia para influir y controlar el comportamiento humano, con el fin de predecirlo mejor. Se logra mediante arquitecturas digitales que monitorean y **modifican** continuamente dicho comportamiento.

Me quieren conocer para saber cómo cambiarme.

Hasta aquí he explicado que quieren conocerme, y desafortunadamente no es porque les parezca una persona interesante y graciosa con quien tomarse unas cañas ni porque presentas que este es el comienzo de una hermosa amistad. Es para —entre otras cosas— crear **publicidad segmentada**, es decir, crear contenido ad hoc para mí, sabiendo con bastante certeza que me van a gustar o que los necesito (o eso me creo). Pero eso también pasa con lo político, la expresión más extrema es la que sucedió en Cambridge Analytica o en las elecciones de E.E.U.U. en 2016¹¹. Aunque en este último ejemplo que os he puesto no sólo sucedió esto: se modificó el comportamiento. Entonces ya sabemos por qué **nuestra intimidad es interesante: ofrece información**. Toda esta predictibilidad sobre lo que creen que voy a hacer, lo que han recopilado que me gusta, lo que he dicho que pienso, o las cosas que he buscado (que sugieren cuales son mis intereses) dan a un puñado de empresas como Google (Youtube, Android, el buscador de Google...) o Meta (Facebook, Instagram, WhatsApp...) un **poder**, como dice Zuboff, **instrumental**. Ese poder es el poder de **instrumentalizar nuestra atención, y nuestra intimidad para** —entre otras cosas— **modificar nuestra autonomía**. Creo que Foucault diría que el poder no sólo reprime, también produce: en este caso produce contenido que atrapa nuestra atención e intimidad, para luego influir en nuestras decisiones y conductas. ¿Es entonces ese poder instrumental sólo productivo cuando modifica nuestra conducta? Quizás no, quizás la represión ha mutado a una forma más «gentil y elegante», ahora *te pide permiso* y lo hace poco a poco, endógenamente.

No he hablado todavía de la atención, y es crucial para crear este conglomerado explosivo que hace el capitalismo de la vigilancia. Dijo la gran filósofa y activista feminista y LGTBI, Audre Lorde que «las herramientas del amo nunca desmontarán la casa del amo»; y aunque quizás en aquel contexto o con lo que se sabía en aquel entonces esa

¹¹ SORIANO CALDENTEY, J., 2024. La revolución de las tecnologías de la información y la comunicación, y las tácticas y discursos extremistas: la estrategia de The Movement. Extrema derecha, redes sociales, inteligencia artificial, ética, e influencia transnacional. En: Accepted: 2024-03-26T06:19:15Z [en línea], [consulta: 24 mayo 2024]. Disponible en: <https://openaccess.uoc.edu/handle/10609/150074>.

percepción tenía sentido, hoy creo podríamos discutirlo. Conocer la «arquitectura y diseño» de la casa del amo, nos puede decir mucho sobre su casa, y sobre el amo. Para Henry David Thoreau, «el precio de cualquier cosa es la cantidad de vida que ofreces a cambio», quizás en la sociedad de la información de hoy podríamos referirnos a la cantidad de atención que ponemos en esta «cosa»: la que determina su precio. Nuestra atención vale mucho, es algo muy efímero, puede entrenarse, pero por lo general es difícil de mantener (o de quitar, a veces). Hay varias áreas en nuestro cerebro relacionadas con la atención, destacaré la corteza prefrontal. La Red Neuronal por Defecto (RND), es la que se activa cuando estamos en «piloto automático» y no focalizados en algo (pasamos gran parte del día en este modo autómatas). El hecho de que rápidamente perdamos la concentración y tendamos a divagar, es una «chuche» para todo producto que por asociación (por ejemplo, la dopamina de las notificaciones de Instagram, o los *likes* de nuestro último post) consigue que de forma aparentemente involuntaria acabemos «depositando» nuestra atención en este. Por lo tanto, la batalla que se libra en el capitalismo va de esto, como dice Marta Peirano¹², preferimos pensar que es una debilidad nuestra, que no tenemos voluntad; a pensar de que hay una de las industrias más poderosas del planeta desarrollando sistemas para engancharnos, y para lograrlo, lo hacen a través de nuestra atención. Se trata de **la economía de la atención**.

El usuario medio, invierte unas dos horas y quince minutos al día en RRSS. A principios de 2024, Meta tiene 3,240 millones de usuarios¹³ y unas ganancias desorbitantes. Como dice Peirano, los usuarios hemos aceptado ya no «la banalidad del mal» de Arendt, sino «la comodidad de la banalidad del mal». El funcionamiento de sus aplicaciones ha sido diseñado para producir adicción y **engagement**, y su fin es recopilar tantos datos como pueda (y clasificarlos mediante sistemas de segmentación cada vez más inteligentes y automatizados). Las redes sociales utilizan principios psicológicos parecidos a los de B.F. Skinner. En los años 40, Skinner¹⁴ descubrió que un ratón, al recibir comida al apretar

¹² PEIRANO, Marta. 2019. *El Enemigo Conoce el Sistema*. Debate. Capítulo 1.

¹³ Ganancias de Meta se duplicaron en el primer trimestre de 2024. *El Economista* [en línea], [sin fecha]. [consulta: 29 mayo 2024]. Disponible en: <https://www.eleconomista.com.mx/mercados/Ganancias-de-Meta-se-duplicaron-en-el-primer-trimestre-de-2024-20240424-0090.html>.

¹⁴ La CAJA de SKINNER: en qué consiste este experimento - Condicionamiento operante. *psicologia-online.com* [en línea], [sin fecha]. [consulta: 30 mayo 2024]. Disponible en: <https://www.psicologia-online.com/la-caja-de-skinner-en-que-consiste-este-experimento-5461.html>.

una palanca, repetía esta acción, creando un «circuito de refuerzo continuo» (se creó una asociación). Luego, al cambiar la frecuencia de la recompensa (como cuando pienso «no sé si me habrán contestado ya a este mensaje...»), observó que la incertidumbre reforzaba aún más el comportamiento del ratón, un fenómeno llamado «refuerzo de intervalo variable».

Bien, pues los comentarios, *likes* y las notificaciones aplican estos principios. Y, de hecho, si no los atendemos, nos genera **ansiedad** (por si nos bastase). Este proceso forma hábitos profundos, ejecutados en esa RND por nuestro cerebro. Las redes sociales, utilizando refuerzo continuo y de intervalo variable, capturan nuestra atención y consiguen mediante la potenciación a largo plazo que se formen hábitos adictivos, luego se consolidan en los ganglios basales y es cuando ya estoy en un callejón sin salida (al menos casi sin salida). Estas técnicas fueron mejoradas por B.J. Fogg, con trabajos sobre la *captology*¹⁵ y el sistema de implantación de hábitos por *trigger* (desencadenante). En resumen, tanto Bernays, como Fogg, y Skinner sistematizaron nuestra conducta para utilizarla ¿para ayudar a emanciparnos? No. La cosa se complica más y más, y tal y como explica Peirano en su libro, las técnicas para conseguir más usuarios (como el motivador de la aceptación social) ha acabado creando lo que se conoce como el síndrome FOMO¹⁶, básicamente, miedo a ser rechazado por no estar al día, no estar en la red, que para algunos es casi sinónimos de no existir; o esta necesidad que viene de dentro (este mono que sentimos) constantemente debido a esos chutes de dopamina que hemos ido recibiendo, el atrapamiento que provoca el *scroll* infinito... He de confesar que incluso en mis momentos de reflexión existencialista y sobre la impermanencia, la identidad que he creado en la red y cómo será percibida entra en este espacio de reflexión (creo que es una «suerte» que Sartre no pueda leer esto que acabo de escribir); incluso en esos momentos las RRSS pueden estar presentes. Como también explica Peirano, el algoritmo de Youtube tiene unas consecuencias desastrosas, aunque el objetivo es supuestamente entretener y crear *engagement*, también es el lugar más propenso para las *fake news* y las conspiraciones. Las *fake news* son muy rentables, así como los discursos de odio o indignación, porque generan emociones muy beneficiosas para ese *engagement*. Pero también son potentes radicalizadores¹⁷: así está sucediendo estas semanas con las

¹⁵ Usar los ordenadores como herramientas de persuasión, mediante el principio de reciprocidad.

¹⁶ ARIGÜEL, M.G., 2021. Qué es FOMO o fear of missing out. *ORBIUM ADICCIONES* [en línea]. [consulta: 29 mayo 2024]. Disponible en: <https://orbiumadicciones.com/nuevas-tecnologias/fenomeno-fomo-fear-of-missing-out/>.

¹⁷ Opinion | YouTube, the Great Radicalizer - The New York Times. [en línea], [sin fecha]. [consulta: 29 mayo 2024]. Disponible en: <https://www.nytimes.com/2018/03/10/opinion/sunday/youtube-politics-radical.html>.

elecciones al Parlamento Europeo en Tik Tok, donde la extrema derecha utiliza publicidad basada en estas técnicas de comunicación disruptiva con grandes dosis de emocionalidad; algo que ya sucedió con la campaña de Trump, o con la adopción de las técnicas de Bannon, tal y como yo mismo expongo en mi estudio¹⁸.

El uso de nuestra intimidad, y nuestra atención, acaba afectando pues a nuestra autonomía. Es entonces, la arqueología y observación de nuestro comportamiento, de nuestra biología; lo que hace que el amo sepa qué, cómo y cuánto dárnoslo para que seamos nosotros quienes construimos su casa. Conociendo precisamente nuestras vulnerabilidades como humanos. La comunicación es el medio, el poder es el fin.

Mientras la monocultura del productivismo capitalista de producir y crecer infinitamente sea predominante, será difícil repensar la emancipación en la sociedad de la información y comunicación actual; porque la propia información y la comunicación siguen las dinámicas de esta monocultura. Como dice Boaventura de Souza Santos¹⁹, necesitamos crear una utopía crítica y salir de las utopías conservadoras: la utopía del neoliberalismo es resolver los problemas radicalizando el presente (e.g. liberando todavía más el mercado). La acción colectiva es crucial para desafiar y cambiar estas dinámicas, pero debe adaptarse y conocer los nuevos mecanismos y asimetrías de poder para saber a qué nos estamos enfrentando, de qué nos liberamos, y cómo emanciparnos.

Creo que el primer paso para ser sujetos emancipados a través de la información que consumimos o compartimos, y aquella que generamos; es ser cada vez más conscientes de cómo se utiliza con nosotros. Necesitamos entender cómo se ha construido la casa del amo para deconstruirla, y primero, dejar de construirla. Conocer cómo funciona nuestro cerebro, nuestras emociones, y los procesos kinestésicos; y hacerlo para precisamente prevenir que sean utilizados para manipularnos. En ese potencial humano

PAÍS, E., 2024. Vídeo | La extrema derecha conquista a los jóvenes en TikTok de cara a las elecciones europeas. *El País* [en línea]. [consulta: 29 mayo 2024]. Disponible en: <https://elpais.com/internacional/elecciones-europeas/2024-04-19/video-la-extrema-derecha-conquista-a-los-jovenes-en-tiktok-de-cara-a-las-elecciones-europeas.html>.

¹⁸ SORIANO CALDENTY, J., 2024. La revolución de las tecnologías de la información y la comunicación, y las tácticas y discursos extremistas: la estrategia de The Movement. Extrema derecha, redes sociales, inteligencia artificial, ética, e influencia transnacional. En: Accepted: 2024-03-26T06:19:15Z [en línea], [consulta: 24 mayo 2024]. Disponible en: <https://openaccess.uoc.edu/handle/10609/150074>.

¹⁹ SANTOS, B. de S., 2006. *Renovar la teoría crítica y reinventar la emancipación social encuentros en Buenos Aires / Boaventura de Sousa Santos*. 1. ed. Buenos Aires, Argentina: CLACSO. ISBN 1-5129-0783-9.

capaz de descubrirse a sí mismo para esclavizar a otros, yace la fuerza constructiva de descubrirse a sí mismo para emanciparse a sí y liberar a otros.

La neuroética y el neuroderecho, son ante esta problemática, un posible —y difícil— reto, pero quizás un lugar hacia el que dirigirse. Como mencioné antes, en mí habita un animal; un animal vulnerable que quiere comunicarse, ser aceptado socialmente, pero que el presente lo aturde, con sobreestimulación y adicciones. En parte soy esclavo de mí mismo, y en otra lo soy de mi teléfono (y otros). ¿Dónde hallar el equilibrio? La pregunta es: ¿podemos hacerlo solos?

Somos humanos en la medida en que podemos concebir, personalmente, y con los demás, la vida como un problema común [...] pues precisamente es eso: desde un punto de vista humano, la vida no es vida cuando se rinde a la servidumbre²⁰.

¿Cuándo y cómo nos daremos cuenta de que este problema es común? ¿hasta dónde (los humanos) vamos a exprimarnos?

²⁰ GARCÉS, Marina. 2019. *Emancipación*. En: AAVV. *Humanidades en acción*. Barcelona: Rayo verde.

Referencias

CASTELLANOS, N. 2021. *El espejo del cerebro*. LA HUERTA GRANDE.

GARCÉS, Marina. 2019. *Emancipación*. En: AAVV. *Humanidades en acción*. Barcelona: Rayo verde.

CURTIS, Adam, KELSALL, Linda, y LAMBERT, Stephen, directors and producers. 2002. *The Century of the Self*. [Chapter 1 - Documentary]. BBC Four and RDF Media.

PEIRANO, Marta. 2019. *El Enemigo Conoce el Sistema*. Debate.

TERRANOVA, Tiziana. 2000. Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy. *Social Text*, Vol. 18, No. 2(63), pp. 33-58.

Aplicaciones de mensajería: ranking según usuarios mensuales activos 2024. *Statista* [en línea], [sin fecha]. [consulta: 29 mayo 2024]. Disponible en: <https://es.statista.com/estadisticas/599043/aplicaciones-de-mensajeria-mas-populares-a-nivel-mundial-de/>.

ARIGÜEL, M.G., 2021. Qué es FOMO o fear of missing out. *ORBIUM ADICCIONES* [en línea]. [consulta: 29 mayo 2024]. Disponible en: <https://orbiumadicciones.com/nuevas-tecnologias/fenomeno-fomo-fear-of-missing-out/>.

Opinion | YouTube, the Great Radicalizer - The New York Times. [en línea], [sin fecha]. [consulta: 29 mayo 2024]. Disponible en: <https://www.nytimes.com/2018/03/10/opinion/sunday/youtube-politics-radical.html>.

Programas de intervalo en psicología del aprendizaje: ¿cómo funcionan? [en línea], 2019. [consulta: 29 mayo 2024]. Disponible en: <https://psicologiaymente.com/psicologia/programas-de-intervalo>.

La CAJA de SKINNER: en qué consiste este experimento - Condicionamiento operante. *psicologia-online.com* [en línea], [sin fecha]. [consulta: 30 mayo 2024]. Disponible en: <https://www.psicologia-online.com/la-caja-de-skinner-en-que-consiste-este-experimento-5461.html>.

SANTOS, B. de S., 2006. *Renovar la teoría crítica y reinventar la emancipación social encuentros en Buenos Aires / Boaventura de Sousa Santos*. 1. ed. Buenos Aires, Argentina: CLACSO. ISBN 1-5129-0783-9.

RUSHKOFF, D., 2013. *Present Shock: When Everything Happens Now*. New York, New York, U.S.A: s.n. ISBN 978-1-59184-476-1.

MEZZADRA, S. 2014. *La cocina de Marx: el sujeto y su producción*. 160 p. Ed. Tinta y Limón. Buenos Aires, Argentina.

ZUBOFF, Shoshana. January 2019. Surveillance capitalism and the challenge of collective action. En: *New Labor Forum*, Vol. 28, No. 1, pp. 10-29. Los Angeles, CA: SAGE Publications.

Ganancias de Meta se duplicaron en el primer trimestre de 2024. *El Economista* [en línea], [sin fecha]. [consulta: 29 mayo 2024]. Disponible en: <https://www.eleconomista.com.mx/mercados/Ganancias-de-Meta-se-duplicaron-en-el-primer-trimestre-de-2024-20240424-0090.html>.

PAÍS, E., 2024. Vídeo | La extrema derecha conquista a los jóvenes en TikTok de cara a las elecciones europeas. *El País* [en línea]. [consulta: 29 mayo 2024]. Disponible en: <https://elpais.com/internacional/elecciones-europeas/2024-04-19/video-la-extrema-derecha-conquista-a-los-jovenes-en-tiktok-de-cara-a-las-elecciones-europeas.html>.

SORIANO CALDENTY, J., 2024. La revolución de las tecnologías de la información y la comunicación, y las tácticas y discursos extremistas: la estrategia de The Movement. Extrema derecha, redes sociales, inteligencia artificial, ética, e influencia transnacional. En: Accepted: 2024-03-26T06:19:15Z [en línea], [consulta: 24 mayo 2024]. Disponible en: <https://openaccess.uoc.edu/handle/10609/150074>.