



FAKE NEWS, TROLLS Y OTROS ENCANTOS

cómo funcionan (para bien y para mal)
las redes sociales

ernesto calvo
natalia aruguete

Si pudiéramos retrotraernos al origen de las redes sociales, ese momento en el cual por primera vez dos usuarios compartieron la foto de un gato dormido en el regazo de un perro, nos resultaría difícil imaginar el mundo político-mediático que habitamos hoy.

¿Por qué abandonamos la promesa de una comunicación irrestricta, horizontal y democrática para entrar en este páramo de operaciones políticas, fake news, narcisismo y conflicto? Este libro explora y describe en profundidad cómo funcionan las redes sociales. Mediante el cruce entre ciencia política, comunicación y las más avanzadas metodologías de análisis de redes explica, por ejemplo, cómo se propagan contenidos y por qué fluye (o no) la información, cómo se provoca la polarización, cómo se crean (y se pueden desarmar) las burbujas informativas en las que vivimos, en qué medida un posteo en Facebook logra hacernos cambiar nuestras preferencias y por qué retuitear un mensaje puede convertirnos en trolls sin saberlo.

A través del análisis de casos, de intercambios y estrategias en redes, y usando experimentos de laboratorio, los autores hacen transparente una lógica que de tan ubicua se nos ha vuelto invisible, esa que nos hace vivir juntos y polarizados. Ofrecen, también, un hallazgo empírico nada menor: los mismos mecanismos que favorecen la propagación de conflicto y polarización en las redes pueden facilitar dinámicas de organización colectiva, activismo social y comunión política. Al iniciar una tradición de estudios aún incipiente en lengua española, este libro será sin duda de interés para lectores de distintos ámbitos de las ciencias sociales. Pero está destinado a convertirse, además, en una suerte de manual de alfabetización digital para los ciudadanos del siglo XXI. Al menos, para los que nos preguntamos por qué no podemos dejar de odiar las redes, pero tampoco estamos dispuestos a abandonarlas.

Ernesto Calvo

Natalia Aruguete

Fake news, trolls y otros encantos

Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales

ePub r1.0

thekat09.04.2020

Introducción

Si pudiéramos retrotraernos al estado de naturaleza de las redes sociales, ese momento ficticio en el cual por primera vez dos usuarios compartieron la foto de un gato dormido en el regazo de un perro, nos resultaría difícil imaginar el mundo político-mediático que habitamos hoy. En el contrato social que firmamos al ingresar en las redes cedimos nuestros derechos de privacidad a cambio de un entramado áspero y en conflicto, una política de trincheras y un malestar sobrante del que no podemos despegarnos. ¿Por qué abandonamos la promesa de una comunicación irrestricta, horizontal y democrática para ingresar en este páramo de distopías cognitivas, operaciones políticas y distorsiones comunicacionales? ¿Como se derribó la ilusión de un diálogo transparente y libre de manipulación, liderado por el buen usuario, para construir este mundo #hobessiano donde cada troll es enemigo de otro troll? Este libro es producto de un esfuerzo interdisciplinario para entender por qué no podemos dejar de odiar las redes pero tampoco estamos dispuestos a abandonarlas.

Cuando comenzamos este trabajo, a mediados de 2016, la televisión era todavía el principal medio que utilizaban los votantes para acceder a su dosis diaria de noticias, las fake news no eran un objeto de estudio político y el uso estratégico de las redes sociales en las campañas electorales recién estaba comenzando a madurar. En la Argentina, las redes sociales habían desempeñado un papel central en el caso Nisman, en enero de 2015, y en la elección de Mauricio Macri, a fines de ese mismo año, pero ese mundo era menos diverso, menos complejo y no tenía la estructura que vemos hoy. En los Estados Unidos, Donald Trump todavía no había sido elegido presidente y las redes sociales no eran aún el intermediario privilegiado entre su liderazgo populista de derecha y los votantes estadounidenses.

El escenario ha cambiado mucho en estos años. Las encuestas muestran que las redes sociales son en la actualidad la principal vía de acceso a noticias y la forma más habitual de consumir información política de manera incidental.^[1] Nuestros muros virtuales reportan de manera indistinta los comentarios de amigos y los titulares del día, en un mosaico ecléctico mezclan medios tradicionales, notas de blogueros y comentarios de usuarios. El Daily Me^[2] que Nicholas Negroponte anticipó hace veinticinco años no es una página web con noticias ascéticamente compiladas a la medida del usuario, sino un espacio de comunión con pares interconectados; un espacio de permanente exposición pública, gratificación narcisista y conflicto. A mediados de 2016, sin embargo, los problemas políticos y comunicacionales que caracterizan a las redes ya eran visibles.

Desde sus inicios, las redes fueron un punto de encuentro y socialización, aunque también una arena de intervención política. A medida que los usuarios colgaban contenidos para dar cuenta de sus preferencias políticas, distintas generaciones de aplicaciones los habilitaban para apoyar o disputar las preferencias de sus pares interconectados. Los políticos, que hoy operan a muy bajo costo para modelar y satisfacer las demandas informativas de sus votantes, reconocieron enseguida las virtudes de un sistema que personalizaba su relación con el electorado.

Desde la comunicación política, se concibe a las redes sociales como una gran mezcladora de encuadres mediáticos.^[3] La coherencia noticiosa de esos encuadres no se delega en una línea editorial o una autoridad política; depende de la decisión de los usuarios de compartir o ignorar los contenidos. Si conectamos con mayor probabilidad con aquellos usuarios con quienes tenemos afinidad ideológica y social, los encuadres mediáticos adquieren estructura comunicacional. De allí que, en las primeras discusiones sobre este libro en el Café Cortázar, el problema teórico que concentró nuestra atención consistió en entender este enorme sistema de divulgación de preferencias políticas que son las redes sociales para explicar la conformación colectiva de encuadres noticiosos.

Ese fue el punto de partida de este libro, que busca describir en profundidad cómo funcionan las redes sociales. Con este objetivo, discutimos los mecanismos formales e informales de la polarización

política, las estrategias comunicacionales de quienes compiten por el poder político y los elementos cognitivos que explican el deseo de los usuarios de propagar sus creencias; elucidamos cómo se construye un evento comunicacional en las redes sociales e indagamos los mecanismos que explican el surgimiento y la propagación de los mensajes, y analizamos la formación de los encuadres mediáticos a través de los cuales interpretamos contenidos como un problema de psicología política, dado que cada uno de nosotros procesa información que le resulta cognitivamente congruente ("nos suena") o disonante ("no nos suena").

Mostramos también cómo la información fluye con mayor facilidad en redes densamente conectadas y con mayor cantidad de usuarios congruentes con su ideología y, por el contrario, se apaga y muere en redes poco conectadas y con usuarios disonantes. Damos cuenta de cómo, en las redes sociales, a medida que nos alejamos de nuestros contactos quedamos expuestos a encuadres comunicacionales cada vez más disimiles, que no necesariamente cambian nuestras creencias, aunque sí alteran aquellos eventos a los que daremos importancia y definiremos como relevantes. Concluimos que por esa razón las redes pueden incrementar la polarización y afectar nuestras decisiones políticas aun cuando no modifiquen nuestras preferencias políticas.

Nuestro análisis muestra que odiamos las redes porque confrontamos con @fulano y disentimos con @zutano. Las odiamos todavía más cuando comprendemos que existe una coordinación en la intención comunicativa de @fulano y @zutano. Odiamos las redes porque nos atacan en manada, a pesar de que también estamos dispuestos a defendernos en manada. En las redes, asistimos a formas organizadas de la violencia, pero también a lógicas de organización colectiva que forjan una comunicación horizontal y democrática. Demostramos que los mismos mecanismos que favorecen la propagación de conflicto y polarización pueden facilitar dinámicas de activismo social y de comunión política. Por cada #Tarifazo que nos divide existe un #MiraComoNosPonemos que nos moviliza.

Para entender las redes sociales hoy es necesario navegar por distintas disciplinas en forma simultánea: observar la creación de encuadres mediáticos desde la comunicación política, describir la identificación y

difusión de preferencias sociales desde la ciencia política y explorar la topología de las redes sociales que propaga información desde la estadística. Es ineludible integrar estas tres disciplinas si buscamos comprender cómo se construyen las estructuras comunicacionales que distribuyen mensajes políticos en la era de los grandes datos. La combinación de estos tres campos –comunicación, ciencia política y estadística– nos permite atender a los eventos mediáticos que recientemente han capturado los muros de los usuarios de la Argentina, Brasil y los Estados Unidos. Para analizar tuits, enlaces a medios digitales y operaciones mediáticas integramos el estudio de casos con datos estadísticos que señalan cómo funcionan las redes sociales; describimos los esfuerzos colectivos de quienes tratan de domeñar las redes y las operaciones políticas de aquellos que buscan vaciarlas de contenido, y estimamos modelos estadísticos y los presentamos a los lectores en un lenguaje claro y de un modo intuitivo, con el objetivo de explicar cómo se forman las burbujas de filtro y por qué razones aumenta –o decrece– la polarización.^[4]

En el centro de nuestro estudio se encuentra el usuario, quien –parafraseando a Marx– hace su propia red aunque no a su propio arbitrio. Los prejuicios y las creencias previas, el "mundo-de-la-vida"^[5] del que se rodea, la clase social y la ideología hermanan a cada usuario con sus pares y le otorgan una posición en la red, una jerarquía en la distribución de narrativas, una responsabilidad mediática e, incluso, un comportamiento esperado. De la interacción entre usuarios surgen estructuras, conflictos y política en sus formas más organizadas. Cada usuario, al construir un mundo virtual con objetivos compartidos, asume una posición en la topología de las redes e imprime una huella digital en cada una de sus actividades. Visto de manera individual, diría W. W. Reade,^[6] cada usuario es un enigma; en conjunto, un problema matemático. Al coordinar sus preferencias, esos usuarios ganan estructura y potencia para expresarse de manera colectiva, tanto si están motivados por creencias profundas como si son activados por operaciones mundanas. Mediante apostillas, excursos teóricos, viñetas y análisis estadístico, mostramos cómo comunican las redes sociales y por qué, con cada acto comunicacional, crece nuestro odio.

La aceptación y la propagación de mensajes en las redes sociales

Tres conceptos clave

Para explicar la propagación de contenidos en las redes sociales, este libro desarrolla tres conceptos clave: atención selectiva (Del Vicario y otros, 2016; Himelboim, Smith y Shneiderman, 2013), activación en cascada (Entman, 2004; Entman y Usher, 2018) y elementos de encuadre (David y otros, 2011; Matthes y Kohring, 2008). La atención selectiva es el proceso mediante el cual prestamos atención a usuarios y contenidos que son consistentes con nuestra cosmovisión. Este proceso de atención selectiva es constitutivo de las "burbujas de filtro" que observamos en las redes sociales. La atención selectiva es determinante para entender cuáles son los usuarios a los que seguimos y los contenidos que "aceptamos". En efecto, la interpretación de eventos del mundo que validan nuestras creencias requiere que estemos preactivados para incorporar de manera selectiva información con la que acordamos y descartar evidencia que no se ajusta a nuestros prejuicios. A medida que seleccionamos a los usuarios que deseamos seguir y visitamos cuentas con cuyos contenidos estamos de acuerdo y nos interesan, la información que recibimos se vuelve localmente homogénea.

La activación en cascada es el proceso mediante el cual habilitamos contenidos con los que acordamos para que aparezcan en los muros de nuestros contactos.^[7] El hecho de publicar o compartir mensajes en las redes sociales, por ejemplo, transmite esos contenidos a los muros de nuestros amigos y seguidores. Al "activar" determinadas publicaciones en los muros de nuestros amigos, modificamos la frecuencia y la velocidad con la que esos contenidos circulan. Por lo tanto, la activación de contenidos por parte de los usuarios propaga elementos de encuadre que son localmente distintos.

Por último, entendemos por elementos de encuadre la combinación de contenidos habilitados en nuestro muro, que realzan aspectos de un evento

mediático. Los elementos de encuadre convergen en los muros de los usuarios y causan una interpretación, evaluación y/o solución que apoyan su alineamiento con algunos usuarios y justifican su oposición con otros, al cementar distintas comunidades que compiten por la atención de quienes participan en una red social.

Vistos en conjunto, la atención selectiva filtra el tipo de información que recibimos, la activación en cascada comunica contenidos con los que acordamos y los elementos de encuadre conjugan una interpretación del evento mediático que apoya o disputa la intención comunicativa de cada grupo.

Ver como nuestra comunidad de referencia

La primera parte de este libro explora los incentivos de los usuarios que interpretan la información disponible en las redes sociales, al aceptar y descartar mensajes publicados por sus contactos. La atención selectiva y la activación en cascada de contenidos explican que se habiliten y circulen discursos que son localmente consistentes con los usuarios de distintas burbujas en redes sociales. Para entender los incentivos individuales para aceptar y propagar mensajes presentamos una serie de experimentos de comunicación política, casos de estudio que miden la probabilidad de que los usuarios acepten y compartan información que se ajusta a su mundo-de-la-vida (congruencia cognitiva) o que descarten evidencia que disputa con sus creencias (disonancia cognitiva).

Como mostramos en el capítulo 2, todos hacemos un esfuerzo cognitivo considerable para defender nuestras creencias previas. Para dar cuenta de ello, nos basamos en los datos de un experimento publicado por Brian F. Schaffner y Samantha Luks en 2018, que pone de relieve el efecto de nuestras convicciones en la interpretación de evidencia política. Señalamos que existen motivos políticos y cognitivos por los que la gente difiere en su evaluación de la información que se le presenta. Al mismo tiempo, describimos el despecho de los usuarios que son confrontados con

información que ellos perciben como agravante. En efecto, la política de fake news debe ser entendida no solo como un acto de transmisión de información sino, además, como un acto performativo: un acontecimiento expresivo que busca infligir un daño a un oponente. Mientras que el ideólogo partidario puede tener dificultades para interpretar un evento, el troll, más que defender su interpretación de los acontecimientos, intenta dañar. El primero protege su placer cognitivo, el segundo recibe una recompensa política –o económica– por agraviar a otro.

La distribución de mensajes en las redes sociales también nos conecta de manera afectiva. El acto de diseminar información en ese espacio digital expresa nuestros intereses políticos y nuestros afectos. Compartimos publicaciones porque queremos acompañar y ser acompañados. Es decir, la participación política en las redes es un acto de comunión con otros. El experimento que exponemos en el capítulo 3 analiza la propagación de contenidos que nos enojan, que nos dan alegría y que nos producen asco. A partir de allí, describimos cómo la información política se propaga a distinta velocidad cuando los contenidos que comparten los usuarios los "hermanan", al brindar un marco de referencia común, no solo en el plano ideológico sino, además, en el afectivo.

Dime quién lo dice y te diré cómo interpretarlo

Los mensajes que circulan por las redes sociales están plagados de vacíos informativos que son llenados por los usuarios. Si la cuenta @fulanoLiberal dice: "Esto así no funciona", nuestra interpretación de este mensaje será por completo distinta a la que tendríamos si leemos que @zutanoSocialista dice: "Esto así no funciona". Asimismo, el mensaje emitido por un usuario al que respetamos tiene mayor probabilidad de ser retuiteado que ese mismo mensaje cuando es formulado por alguien a quien no respetamos. En las redes sociales, la autoridad que emite un mensaje es crucial para interpretar el contenido tanto como para explicar su propagación.

Distinguir entre la propagación de un contenido con el que tenemos afinidad ideológica y la activación del mensaje de un usuario al que valoramos por su reputación, es clave para entender cómo se propaga la información en las redes sociales. En el capítulo 4 describimos un experimento de encuesta en el que un mismo contenido fue distribuido por distintos medios tradicionales de los Estados Unidos (Fox News, New York Times y Associated Press). El análisis de ese experimento muestra que los demócratas y los republicanos tienen distinto interés en propagar el contenido de un tuit en función de su afinidad ideológica y del grado de acuerdo con distintos medios tradicionales. Los vacíos que existen entre las palabras de un tuit, en definitiva, son rellenados por sesgos positivos o negativos que completan las frases.

Preactivar la grieta

Los elementos de encuadre que circulan en las redes sociales, tal como mostramos en el capítulo 5, incrementan las percepciones de polarización entre los votantes, aun cuando no determinen necesariamente un cambio en las posiciones políticas que son reportadas. A partir de datos experimentales, evidenciamos que los individuos modifican su percepción de la posición ideológica de Mauricio Macri y de Cristina Fernández al ser expuestos a tuits agresivos, más allá de que esos tuits contengan o no información sobre política pública. En ese capítulo presentamos los conceptos de "asimilación" y "contraste", al mostrar que los mensajes negativos pueden alterar los marcos de referencia informativos que usamos para posicionar a los actores políticos, más allá de que esos posteos cambien o no nuestras creencias previas. Podemos hoy pensar lo mismo que pensábamos ayer y, sin embargo, modificar nuestra evaluación de la distancia relativa que existe entre dos políticos. La polarización no consiste solo en un incremento de la distancia entre las políticas públicas que proponen los partidos. Constituye, además, un cambio en las distancias

simbólicas que observamos, en los encuadres que son preactivados mediante distintas estrategias comunicacionales.

En el capítulo 6 presentamos algunos conceptos básicos para interpretar la lógica de las redes sociales. Más importante aún, mostramos cómo volver "legibles" las redes mediante el mapeo de las posiciones relativas de los usuarios nos permite administrar los efectos políticos que desencadenan distintos eventos comunicacionales.

Todo encuadre es local: la activación en cascada de contenidos en las redes sociales

Mientras que los capítulos 2 al 6 se enfocan en los motivos por los cuales los usuarios aceptan y propagan contenidos con los que tienen afinidad cognitiva, los capítulos 7 al 9 utilizan datos observacionales de Twitter para comprender cómo las comunidades de usuarios activan distintos elementos de un encuadre, cómo insertan esos elementos en sus publicaciones, cómo referencian artículos publicados en medios tradicionales y cómo los contenidos de esos medios tradicionales se activan localmente en cascada.^[8]

En el nuevo contexto mediático, la teoría comunicacional debe dar cuenta de cómo los usuarios interconectados en una red social propagan contenidos parciales, al conformar un encuadre, como si se tratara de un rompecabezas. En el capítulo 7 exponemos el modelo de activación en cascada como un fenómeno de la red. A diferencia de los primeros capítulos, utilizamos el caso #Maldonado para mostrar cómo las redes sociales conforman encuadres distintos en el nivel local. Mediante la activación en cascada, los usuarios de una red habilitan contenidos – elementos de encuadre– en los muros de sus pares; una vez plasmados allí, los elementos de encuadre promueven distintas interpretaciones del mundo. Cuando retuiteamos una publicación, habilitamos una serie de elementos de encuadre que son observados por quienes nos siguen. En el caso de la desaparición de Santiago Maldonado, los usuarios que activaron de manera selectiva determinados elementos para sus pares contribuyeron a la

construcción de dos narrativas contrapuestas: una oficialista y otra opositora. Los encuadres sobre el caso #Maldonado fueron "filtrados" por los usuarios, que aceptaron ciertos contenidos e ignoraron otros. Aunque las redes sociales están habitadas por actores dominantes, el control de la narrativa no reside en ellos, sino que depende de la decisión de los usuarios de compartir solo algunos de los contenidos a los que están expuestos. En definitiva, los usuarios construyeron de modo colectivo diversos encuadres sobre la desaparición de Santiago Maldonado que variaron y se distinguieron a nivel local.

En el capítulo 8 avanzamos otro paso en la relación entre los votantes y los medios tradicionales y evidenciamos la propensión de los usuarios argentinos a insertar hipervínculos a medios tradicionales. Entre los elementos de encuadre, los enlaces a medios cumplen un rol destacado dado que las noticias publicadas por sus periodistas y editores no solo habilitan determinadas narrativas sino, además, las conexiones que se preactivan al vincularlas. Este capítulo introduce a los lectores al concepto de "evento crítico", como situación capaz de producir cambios generalizados en el encuadre de un fenómeno comunicacional en red. El evento crítico es activado de manera selectiva por los usuarios, que diseminan narrativas localmente distintas. Sin embargo, un evento crítico cambia también la importancia [salience] que el conjunto de los usuarios otorga a un acontecimiento comunicacional.

En el capítulo 9, el último de la segunda parte, analizamos la activación de mensajes en la red #Tarifazo. Allí encontramos diferencias en las formas que toma la configuración de los distintos encuadres; en otras palabras, la conformación de un encuadre no es la misma cuando opera la relación de los usuarios con los medios tradicionales que ingresan a la red, que cuando se habilitan determinados contenidos entre los pares conectados. Desde el punto de vista metodológico, medimos el tiempo que demoran los usuarios en retuitear un mensaje para determinar su afinidad cognitiva con el contenido. Con ese objetivo, contrastamos el tiempo de activación de mensajes provenientes de medios tradicionales en la red #Tarifazo y el tiempo de activación de elementos de encuadre, que fueron clave en aquel movimiento de protesta que tuvo lugar a mediados de 2016.

Tres redes: #Bolsonaro, #AbortoLegal y #MiraComoNosPonemos

Por último, en la tercera parte de este libro analizamos redes que ponen a trabajar las ideas desarrolladas en los capítulos anteriores. En particular, analizamos las redes #Bolsonaro, #AbortoLegal y #MiraComoNosPonemos; las tres ejemplifican distintos tipos de activación en cascada. Procuramos evidenciar en qué medida los individuos están preactivados desde el punto de vista comunicacional para aceptar o descartar evidencia, de qué forma activamos contenidos en nuestros muros y en los muros de nuestros contactos y cómo la activación en cascada genera encuadres mediáticos que varían localmente.

Los capítulos que componen este libro buscan tornar "legibles" las redes sociales, explicar su estructura de modo tal que la violencia que nos devuelven tenga lógica, identidad y sentido. Tornar legibles las redes, como afirma Scott (1998), es un paso necesario para que sean gobernables. Es decir, para administrar los modos en que se transmite la información y procesar las agresiones a las cuales nos vemos sometidos todos los días. Las teorías que presentamos aquí son una vía para exorcizar la violencia en las redes, al develar los mecanismos que se ponen en movimiento para hacer política con nuestros muros. Odiamos las redes no solo porque nos someten a actos de violencia, sino también por nuestra dificultad para entender las formas de esa violencia. Con suerte, este libro servirá para abrir un debate sobre la propagación de contenidos en las redes, pero también –y sobre todo– para entender y moderar sus efectos negativos sobre nosotros, los usuarios.

Con el fin de escribir un libro ágil, que pueda ser leído tanto por un público experto como por lectores legos, parte de las teorías y las herramientas en las que basamos los hallazgos han sido desplazadas a notas a pie de página. Priorizamos el lenguaje coloquial en el texto principal y relegamos el apoyo bibliográfico y las definiciones técnicas a regiones del libro que no obstruyan la lectura. En este juego de rayuela, esperamos que los lectores vislumbren los mecanismos identificados en los distintos

capítulos acerca de la decisión de los usuarios de compartir información, de la estructura de las redes que permite que un contenido se propague y del encuadre que se forja a partir de estos procesos.

Agradecimientos

En los últimos años hemos recibido un enorme apoyo de colegas e instituciones a los que queremos agradecer. Las encuestas que realizamos en la Argentina y en los Estados Unidos fueron esfuerzos colaborativos con la Universidad de Maryland (UMD, por sus siglas en inglés) y con el Cippec. En Maryland, Shibley Telhami, Antoine Banks y David Karol ayudaron en el diseño de las preguntas y con ellos discutimos extensamente los resultados presentados en los capítulos 4 y 5. Tiago Ventura, Joan Timoneda, Eric Dunford, Neil Lund, Sebastián Vallejo, Analía Vidal Gómez, José Cabezas, Hanna Birnir y David Waguespack fueron parte integral del laboratorio computacional en ciencias sociales (iLCSS, por sus siglas en inglés) que desarrolló muchas de las herramientas utilizadas en este libro. El iLCSS también recibió apoyo financiero del BSOS en la Universidad de Maryland, lo cual facilitó el proceso de investigación y escritura. En la Argentina, los experimentos #Tarifazo y #Maldonado fueron incluidos en una encuesta realizada en conjunto entre la Universidad de Maryland y el Cippec, con el apoyo de Julia Pomares, Marcelo Leiras, Belén Abdala, Nicolás Cherny y Lara Goyburu.

Partes de este libro se presentaron en la Universidad de Harvard (Rockefeller Center), UMD (Comparative Workshop), UNC-Duke (Latin American Workshop), Pontificia Universidad Católica de Chile, Universidad de la República, Universidad de Concepción, ITAM, UAM-Xochimilco, Colegio de México, Escuela de Estudios Latinoamericanos de Suiza (SSLAS, por sus siglas en inglés), Stone Center de la Universidad de Tulane, Universidad Nacional del Centro, Universidad Nacional de Quilmes, Universidad Nacional de San Martín, Universidad Nacional de Río Negro, Universidad Nacional de Córdoba, Universidad de Buenos

Aires, Universidad de San Andrés, Universidad Católica de Córdoba y Universidad Torcuato Di Tella. A lo largo de estos años recibimos invaluables comentarios por parte de María Victoria Murillo, Ricardo Gutiérrez y Silvio Waisbord. También contamos con importantes sugerencias de David Levitsky, Frances Hagopian, Erik Wibbels, Yanina Welp, Mariela Daby, Virginia Oliveros, Marcelo Escolar, Martín Becerra, Gabriel Kessler, Cary Smulovitz, Carlos Gervasoni, Ale Bonvecchi, Jesús Elizondo, Sebastián Valenzuela, Sergio Toro, Sebastián Niklitschek-Soto, Javier Henriquez, Juan Cruz, Natalia Zuazo, Philip Kitzberger, Gabriel Vommaro, Ivan Schuliaquer, Micaela Baldoni, Laura Rosenberg, Ariel Goldstein, Eugenia Mitchelstein, Pablo Boczkowski, Mario Riorda, Tulia Falletti, Esteban Zunino, Nadia Koziner, Bernadette Califano, Silvia Ramírez Gelbes, Lara Goyburu, Facundo Cruz, Paula Clerici, Luciano Galup y Patricio Korzeniewicz. Además, presentamos una serie de capítulos ante colegas de organizaciones no gubernamentales entre las que se incluyen el CELS, Amnistía Internacional y Abuelas de Plaza de Mayo. Con ellos discutimos los resultados de los que nos valimos en los capítulos sobre Santiago Maldonado. Nos beneficiamos, asimismo, del diálogo con Ana Correa, Ingrid Beck y Malena Magnasco, con quienes intercambiamos ideas que informan el capítulo sobre la red #AbortoLegal en la Argentina. Como siempre, los errores y las omisiones son nuestra exclusiva responsabilidad.

Vivimos el proceso de investigación, escritura y producción de este libro con el amoroso apoyo de nuestros compañeros, Walter e Isabella, y viendo a nuestros hijos hacer de las suyas. Está dedicado a Juana, Manu, Emiliano, Camilo y Lauren, quienes ni en sus días más oscuros usarían plataformas de viejos como Facebook o Twitter para conectar con sus amigos.