



*Ciclo de Conferencias Investigar en Comunicación Social*  
2a Sesión 2019

## Desconectarse para resetearnos Hartazgo y dietas digitales

---

**Martes 9 de abril de 2019**

Hora: **15:30 - 17:30 h**

Campus de la Comunicación UPF

**Sala 55.309** - Edificio Tánger. Entrada por calle Roc Boronat, 138 Barcelona

---

### Programa

- **Presentación y bienvenida**  
A cargo de **Josep Fernández-Cavia**, director del Departamento de Comunicación de la UPF
- **Conferencia**  
***Desconectarse para resetearnos. Hartazgo y dietas digitales***  
A cargo de **Víctor Sampedro**, catedrático de la Universidad Rey Juan Carlos, y autor del libro *Dietética digital: para adelgazar al gran hermano*.
- **Mesa redonda y debate con los asistentes.**  
Con la participación de los profesores e investigadores del Departamento de Comunicación de la UPF **Frederic Guerrero-Solé**, y **Maria José Massanet**. Moderación a cargo de **Ona Anglada**, guionista, alumni de Comunicación Audiovisual y estudiante del Máster Universitario en Comunicación Social.

### Asistencia

La asistencia a la Conferencia es gratuita, pero requiere inscripción previa:

- [Sitio web de la Conferencia](#)
- [Página de inscripción](#)

## Temas de la conferencia

**Cinco tesis** teórico-empíricas obligan a replantearnos el uso que hacemos de las comunicaciones digitales:

1. La tecnología digital no es neutra y sus “propiedades o cualidades políticas” (L. Winner) derivan del obligado proceso de institucionalización (J. Beniger) que experimenta toda nueva tecnología. La falsa interactividad digital está al servicio de redes con arquitectura centralizada y algoritmos de código cerrado. El resultado es que, lo queramos o no, todos trabajamos para el capitalismo cognitivo o de vigilancia (Zubogg).
2. Nuestra actividad digital está sometida a la *McDonalización* (G. Ritzer), el fordismo del sector servicios en el XXI. Sus reglas (eficacia, cálculo, control y previsibilidad) determinan los formatos digitales estrella (*reality shows* y redes-plataformas). La participación en el espacio público digital se traduce en la minería incesante que realizamos para la industria del *Big data*.
3. El sistema tecnológico-comunicativo presupone las nociones de pueblo e individuos sin atributos (de R. Musil a W. Brown). El prosumidor ve integradas sus comunicaciones digitales en todas las fases de producción (mercadotecnia, diseño, difusión y circulación, publicidad). Carece de atributos (derechos y obligaciones) que no estén determinados por la mercadotecnia digital, capaz además de gestionarlos y manipularlos.
4. Plataformas digitales y *realities* constituyen la forja del *bonaparte* o César digital (Sampedro) capaz de generar un espectáculo antipolítico que sustituye la información y acción política.
5. Los algoritmos basura explotan sesgos cognitivos y emocionales más negativos: la disonancia se combate con redundancia y el conflicto se impone al consenso. No vivimos, por tanto, en un régimen de postverdad (que ya mantenían los medios tradicionales) sino de pseudocracia: la conversación social sostiene mentiras que producimos y viralizamos en cámaras de eco crecientemente antagónicas.

La desconexión parcial y estratégica debiera dar lugar a una reconexión que sirviese para retomar el control de nuestros teclados y pantallas, aprendiendo a reprogramarlos. De igual modo que necesitamos reprogramar los formatos dominantes en la tele y las redes digitales, para que expresen la autonomía y soberanía tecnológicas propias de una ciudadanía digital.

## El Conferenciante



**Víctor Sampedro** es doctor en Ciencias de la Información por la UCM (1995). Master en Ciencias Sociales Avanzadas del Instituto Juan March, Madrid (1993). *Master of Arts in Mass Communication*, por la Northwestern University (1994).

Catedrático de Opinión Pública y Comunicación Política (URJC, Madrid) y Profesor-Investigador Invitado de Comunicación i Política (UPF, Barcelona). Ha sido también profesor invitado, entre otros posgrados, en la UFF (Rio de Janeiro), UFBA (Salvador, Brasil), UPF y UAB (Barcelona), Univ. Iberoamericana (México), UCM y UAM (Madrid), PUC (Sao Paulo, Brasil).

Coordinador habitual de los Grupos de Trabajo de Comunicación Política en los Congresos de la Asociación Española de Ciencia Política y socio fundador de ACOP (Asociación de Comunicación Política).

Miembro, entre otros, de los Consejos Editoriales de *Political Communication*, *International Journal of Press and Politics* y del Centro de Investigaciones Sociológicas. Ha escrito más de diez libros sobre campañas y elecciones, nuevas tecnologías-comunicación, movilización social y electoral, identidades colectivas y medios, nuevos géneros de información política... Y numerosos artículos en revistas como *Journal of Communication*, *Media, Culture & Society*; *International Journal of Press and Politics*; *TELOS*, *ZER*.

---

El Ciclo de Conferencias **Investigar en Comunicación Social**, que organiza el [\*\*Máster Universitario en Investigación en Comunicación Social\*\*](#) (MUCS) de la Universidad Pompeu Fabra, forma parte de las **actividades abiertas** del máster y su objetivo es la presentación y debate de **tendencias** y **metodologías** de investigación. Se dirige a investigadores y profesores de universidad en Ciencias Humanas y Sociales, a estudiantes de tercer ciclo (Máster y Doctorado) y estudiantes de último curso de cualquier grado interesados en la investigación en Comunicación Social.

---