

DE LA VISIBILIDAD A LA COMPETENCIA PRESUNTA: DESEMPEÑO DIGITAL Y ATRIBUCIÓN DE APTITUD POLÍTICA

Pablo Dietrich

Estudiante de maestría en Derecho, Universidade Estácio de Sá (UNESA) · ORCID 0009-0003-5447-0550

Traducción del autor. Traducción al español, realizada por el autor, de: DIETRICH, Pablo. Da visibilidade à competência presumida: desempenho digital e atribuição de aptidão política. *Revista Tópicos*, Rio de Janeiro, v. 4, n. 38, p. 1–88, 2026. ISSN 2965-6672. DOI: [10.70773/revistatopicos/792268195](https://doi.org/10.70773/revistatopicos/792268195). El texto en portugués publicado por la revista es la versión de referencia; esta traducción se distribuye bajo la licencia CC BY 4.0, con atribución a la publicación original.

RESUMEN

Se investiga en qué condiciones el éxito en las redes sociales deja de funcionar como instrumento de difusión y pasa a ser tratado como evidencia de aptitud para representar y gobernar. Se distingue la capacidad de conquistar atención, la de obtener votos y la de ejercer las atribuciones del cargo, y se llama competencia presunta a la atribución de aptitud inferida de indicios que no demuestran el desempeño en esas atribuciones. Se sostiene, como hipótesis, que las señales de éxito comunicacional pueden ser tratadas como suficientes y reducir la búsqueda o el peso de evidencias pertinentes al cargo, y se organiza esa sustitución en tres modos (examen ausente, superficial o sobrepujado) y en cinco pasajes, cuatro de conversión y uno de mantenimiento. Se trata de una investigación teórica, situada frente a Manin, Bourdieu, Habermas, Postman, las literaturas sobre atajos informacionales y plataformas y la literatura brasileña sobre visibilidad mediática y capital político, y apoyada en casos brasileños de 1994 a 2026 que ilustran formas de credencial sin demostrar el mecanismo. El argumento se extiende al mandato, en el que la presentación de la actuación puede dificultar la corrección de la elección. La ocurrencia y la frecuencia del mecanismo en el electorado se presentan como objeto de investigación, con previsiones y procedimientos que las harían examinables.

Palabras clave: competencia presunta; representación política; redes sociales; identificación política; examen crítico.

1. PROBLEMA E HIPÓTESIS

La elección selecciona representantes sin asegurar, por sí misma, su aptitud para las atribuciones del cargo, y la frase solo parece paradójica mientras se confunde elección con prueba. Electores, partidos y prensa pueden evaluar a los candidatos; lo que el método electivo no hace es exigir esa evaluación: no fija estándares previos de aptitud, no obliga al elector a ser justo con los candidatos y no le impide preferir a alguien por simple simpatía. Por eso pudo decir Manin que la elección selecciona “superioridades percibidas”; y nada garantiza, como el propio Manin reconoce a propósito de la oratoria, que la superioridad percibida sea la que el cargo exige.¹ Esa ausencia de examen obligatorio es estructural, y el artículo no la trata como un defecto

que corregir. Trata de algo que puede ocupar el lugar del examen que la elección no exige y hacerse pasar por él: la presunción de que quien ha conquistado atención es capaz de gobernar.

La inquietud de partida puede traducirse en términos que no la tomen por criterio. Personas con gran habilidad para viralizar, provocar y producir cortes (fragmentos breves editados para circular) obtienen éxito electoral en casos documentados; lo que no está documentado es si, y cómo, su capacidad de deliberar, negociar, fiscalizar y responder por sus decisiones fue evaluada por quienes las eligieron. Preguntarlo no es decir que sean incapaces, ni que el elector se haya equivocado, ni que la comunicación sea un vicio; es preguntar si se hizo una evaluación, con qué indicios, y cuándo, por qué medios y para quién puede dejar de hacerse. La indignación que motiva la investigación no sirve de medida para nada, y un argumento que tomara el título universitario, la erudición o la sobriedad por requisitos del cargo sustituiría la preferencia del elector por la preferencia del investigador.

La tesis tiene una condición, y esa condición forma parte de la tesis. La competencia para conquistar atención puede convertirse en presunción de aptitud para funciones públicas cuando las señales del éxito comunicacional son tratadas como indicios suficientes de esa aptitud, reduciendo la búsqueda o el peso de evidencias pertinentes al cargo. Las capacidades pueden coexistir, y saber comunicar es una cualidad política, parte legítima del mandato; el problema aparece cuando el desempeño en una de ellas dispensa la evaluación de las otras, y es esa suficiencia, no la comunicación, lo que el artículo pone en cuestión. La tesis se formula como hipótesis: dice lo que ocurriría bajo ciertas condiciones y lo que sería preciso observar para saber si ocurre, y nada de lo que sigue afirma su frecuencia en el electorado.

La hipótesis tiene dos caras, y la segunda es la menos evidente. Las redes pueden transformar la manera en que el candidato demuestra competencia, presentando la audiencia como credencial y el enfrentamiento como prueba; y pueden transformar la manera en que el elector cree poseer competencia para juzgarlo, cuando la rapidez de la respuesta produce la sensación de haber comprendido una cuestión antes de haberla examinado. Las dos presunciones, la aptitud atribuida al candidato y la confianza del elector en su propio juicio, pueden alimentarse mutuamente sin que ninguna pase por una prueba; la segunda tiene apoyo empírico indirecto en estudios sobre la estimación que las personas hacen de su propio conocimiento, y el artículo la desarrolla con un criterio, tomado en diálogo con la hermenéutica, para distinguir comprensión de reconocimiento.²

La pregunta, entonces, es esta: ¿en qué condiciones el éxito en las redes deja de ser instrumento de difusión y pasa a ser tratado como evidencia de aptitud? El artículo dice, desde ya, lo que sostendría y lo que debilitaría la respuesta que propone. Las señales que la favorecerían son de tipos diferentes y ninguna basta por sí sola: un corte que presenta el enfrentamiento como demostración de capacidad documenta una oferta comunicacional; una crítica al representante recibida como ataque al grupo puede indicar protección identitaria; el pasaje que la hipótesis afirma, la sustitución del examen por el éxito comunicacional, solo se sostiene con evidencias de

recepción, esto es, de manifestaciones observables de lo que los públicos hacen con lo que reciben (interpretaciones, justificaciones de confianza y de voto, el valor dado a cada indicio), y no de cuánto lo reciben, que la circulación registra. Esas evidencias serían electores o partidos que traten métricas y actuaciones como razón suficiente de confianza, y el registro del peso que atribuyen a las informaciones pertinentes al cargo. Lo que la debilitaría también ha de decirse. Audiencias que reconozcan la competencia comunicacional de un candidato y, aun así, exijan evidencias pertinentes al cargo, electores que mantengan la identificación y critiquen decisiones, y recepciones que distingan una victoria retórica de la aptitud para el mandato delimitan la aplicación del mecanismo, y constituyen una prueba tanto más fuerte cuanto más se encuentren en las condiciones en que el artículo espera la sustitución del examen; encontrar competencia presunta en representantes sin presencia digital limitaría una alegación de exclusividad de las plataformas, que el artículo no hace, sin refutar el mecanismo que propone para ellas. Ninguno de esos resultados está medido aquí; el artículo los formula para que puedan serlo.

El artículo es teórico, apoyado en casos ilustrativos documentados, y propone una investigación; no demuestra causalidad. Define una forma de sustitución del examen, organiza las condiciones en que puede ocurrir y la confronta con casos y con objeciones. La sección 2 fija el vocabulario: las tres capacidades, la competencia presunta, las tres situaciones que delimitan el caso central y los tres modos por los que el examen cede. La sección 3 sitúa el argumento frente a los antecedentes, y la sección 4 examina formas de credencial política por medio de ejemplos brasileños entre 1994 y 2026. La sección 5, centro del artículo, recorre cinco pasajes, cuatro de la conversión y uno de su mantenimiento: la atención como credencial, la rapidez como sensación de comprensión, la proximidad como confianza, el enfrentamiento como prueba y el circuito que puede mantener todo ello en funcionamiento. La sección 6 confronta la hipótesis con casos, incluidos casos negativos para la conversión de notoriedad en votos y casos de campos distintos, y con cuatro familias de objeciones; la sección 7 la lleva al mandato, donde la presentación de la actuación puede dificultar la corrección, y dice dónde sigue siendo posible el examen.

2. TRES CAPACIDADES Y COMPETENCIA PRESUNTA

Conquistar la atención de un público, obtener votos en una contienda y ejercer las atribuciones de un cargo son tres capacidades, y el desempeño en ninguna de ellas garantiza el desempeño en las otras. La primera, comunicacional, consiste en hacerse ver, adaptar el mensaje al medio, movilizar identificación y mantener una audiencia; su indicio es el alcance. La segunda, electoral, consiste en convertir reconocimiento, organización y apoyo en votos; su indicio es la votación. La tercera, de ejercicio, consiste en comprender problemas, formular y evaluar propuestas, deliberar, negociar, fiscalizar o administrar según el cargo, y responder por las decisiones; sus indicios son la producción legislativa y fiscalizadora, las ponencias, las coaliciones, la gestión, la rendición de cuentas y también la comunicación con los representados, que es parte legítima del cargo. El éxito comunicacional es, por eso, indicio de esa parte del ejercicio, no de las demás, y es el paso de la parte al todo lo que la tesis examina. Capacidad

designa, en este artículo, cada una de las tres; aptitud, la capacidad de ejercicio referida a un cargo determinado; competencia, término del uso corriente, que el artículo conserva en las expresiones competencia presunta y competencia comunicacional y, fuera de ellas, emplea como equivalente de capacidad calificada por el contexto. El alcance no prueba votos, y mucho menos aptitud; las métricas, por cierto, pueden comprarse.³ La votación documenta los votos obtenidos y la eventual elección en las condiciones de aquella contienda; no permite aislar cuánto del resultado se debió a la habilidad individual, al partido, a los recursos o a las circunstancias, y, en la elección proporcional, no registra una comparación completa entre candidatos ni una preferencia mayoritaria. Las tres capacidades pueden coexistir y compartir habilidades: una explicación pública bien fundamentada revela conocimiento pertinente al mandato, y una negociación conducida en público puede proporcionar indicios de ambas. Lo que el artículo pone en cuestión es la suficiencia de una de ellas para demostrar las demás.

La tercera capacidad varía con el cargo. Un concejal legisla sobre materia local, fiscaliza al ejecutivo municipal y representa intereses locales; un diputado legisla, elabora ponencias y compone mayorías; un presidente administra y coordina coaliciones. El análisis, por tanto, compara al candidato con las atribuciones del cargo que disputa, no con un estándar abstracto de “preparación”. Representar intereses, responder al electorado y movilizarlo son partes legítimas de esa capacidad; la política es también desempeño ante un público.⁴ El título universitario, la erudición y la sobriedad, en cambio, no son requisitos de cargo electivo alguno, como sugirió la sección 1. Lo que el artículo examina no es la falta de esas cualidades en quien resulta elegido, sino la dispensa de una pregunta: la de saber si el candidato es capaz de lo que el cargo exige.

Una elección comprueba que el candidato obtuvo votos en las condiciones de aquella contienda; no comprueba aptitud. La proposición es descriptiva, y Manin la sostuvo comparando el método electivo con el concurso: en el concurso, los estándares se definen de antemano; en la elección, nada obliga al elector a usar criterios impersonales ni a ser justo con los candidatos, y nada le impide elegir a alguien “simplemente porque le gusta más ese individuo que otro”.⁵ De ahí la consecuencia que Manin extrae: la elección selecciona “superioridades percibidas y diferencias reales”.⁶ La diferencia entre los candidatos tiene que ser objetiva (uno habla mejor, aparece más), y su percepción puede ser exacta o no; lo que es inevitablemente subjetivo es el valor político que se le atribuye, y por eso “no hay garantía de que el don de la oratoria sea un buen indicador de la capacidad de gobernar”.⁷ Lo que la tesis aísla no es un error de percepción, sino un paso de un dominio a otro: de la habilidad observada a la aptitud no observada.

El artículo llama competencia presunta a la atribución de aptitud para el cargo inferida de indicios que no demuestran el desempeño en las atribuciones de ese cargo. El término “presunción” se toma en un sentido próximo al jurídico: una conclusión extraída de indicios, que dispensa la prueba directa hasta que algo la desmienta; no es un error, es un procedimiento, y lo que la vuelve problemática es la calidad de los indicios y la resistencia al desmentido. La definición no dice, por sí misma, lo que la presunción hace con el examen: una impresión favorable puede ser una atribución inicial todavía abierta a la verificación. El artículo examina

una modalidad de competencia presunta, aquella en que las señales comunicacionales se tratan como suficientes, dispensando o sobrepujando otras evidencias pertinentes al cargo; que esa modalidad exista, con qué frecuencia y en qué condiciones, no se sigue de la definición, y explicarlo es la tarea de las secciones siguientes. Que la inferencia ocurre es un fenómeno documentado: juicios de competencia formados a partir del rostro de los candidatos anticiparon el resultado de casi siete de cada diez contiendas al Senado estadounidense en 2004 y, con una exposición de un segundo, de algo menos; los propios autores observan que el elector puede usar otras informaciones para corregir la impresión inicial, y el experimento muestra que la inferencia existe, no si dispensa el examen.⁸

Conviene distinguir la competencia presunta de los términos con que se confunde en el uso corriente, porque cada uno de ellos puede servirle de indicio y ninguno es ella. Visibilidad es ser visto. Notoriedad es la visibilidad acumulada hasta el punto de que el nombre sea reconocido, en cualquier dominio y por cualquier motivo. Popularidad es aprobación medida; el alcance y la interacción no la demuestran, porque pueden incluir atención hostil. Celebridad es, en la fórmula de Boorstin, ser conocido por ser conocido, en cualquier dominio; Truman, recuerda Postman, era conocido sin ser una celebridad.⁹ Familiaridad es la sensación de conocer a alguien por la exposición repetida. Confianza es la expectativa de que actuará bien en situaciones imprevistas. Credibilidad tiene dos sentidos que Postman separó: el historial de afirmaciones que resistieron la prueba de los hechos y “la impresión de sinceridad, autenticidad, vulnerabilidad o atractivo” transmitida por quien habla.¹⁰ Aptitud demostrada es desempeño verificable en tareas del cargo o análogas. El uso corriente sugiere por qué importa la distinción: “es muy conocido”, “es muy seguido”, “es muy sincero” y “está muy preparado” se dicen en el mismo tono, como grados de una misma cualidad. No lo son.

No todo voto a alguien que el observador considera poco preparado es un caso de competencia presunta, y la tesis perdería su objeto si lo fuera. Deben distinguirse tres situaciones. En la primera, el elector elige por identidad, por interés o por rechazo al adversario, sin atribuir al candidato aptitud alguna: es una explicación alternativa del voto, y el artículo no la trata como defecto. En la segunda, que es el caso central, el elector toma la familiaridad, la popularidad o el desempeño comunicacional como indicios suficientes de aptitud: “está preparado porque responde bien”. En la tercera, el elector conoce las limitaciones del candidato, pero prevalecen otros motivos: “sé que tiene limitaciones, pero prefiero sus posiciones”; esta integra el mecanismo cuando la propia comunicación lleva a atribuir aptitud pese a las limitaciones conocidas, reduciendo su peso, y fuera de esa condición es preferencia informada. La distinción es menos nítida en la práctica que sobre el papel, porque la imagen que el elector se forma rara vez está vacía de contenido político, como mostró Manin;¹¹ puede contener información relevante sin ofrecer elementos suficientes para evaluar la aptitud, y las tres situaciones se distinguen por lo que el elector hace con lo que ella no ofrece.

Cuando se atribuye la aptitud, el examen que debería sostenerla puede faltar de tres modos, instrumentos analíticos propuestos aquí y sujetos a refinamiento. En el examen ausente, la

aptitud se atribuye sin consideración de otras evidencias pertinentes, incluidas las que llegan por intermediarios: no basta la falta de búsqueda personal, porque quien recibe una evaluación fundamentada de una fuente fiable la ha considerado. En el examen superficial, hay consideración, pero limitada, y no alcanza los elementos necesarios para sostener la conclusión atribuida: el elector decide por “percepción global”, como describe Manin, y la atención va hacia quien se destaca, no hacia lo que el destacarse significa.¹² En el examen sobrepujado, las evidencias pertinentes son conocidas, y no solo disponibles, pero reciben menor peso en razón de la aptitud atribuida a partir de las señales comunicacionales; es el modo más instructivo, porque en él el examen ocurre y pierde, y Postman y Han lo formularon, sin medirlo, para la televisión y para las redes.¹³ El tercer modo pide una delimitación, porque es el que más fácilmente absorbería lo que no le pertenece: reconocer limitaciones del candidato y elegirlo por valores o por intereses es preferencia consciente, no examen sobrepujado; el modo solo se configura cuando la atribución de aptitud asociada al desempeño comunicacional reduce la búsqueda o el peso de evidencias pertinentes al cargo. Los tres modos no son etapas de una degradación, y un mismo elector puede pasar por todos ellos. Lo que los distingue es, por tanto, la relación del juicio con las evidencias pertinentes: no consideradas, consideradas por debajo de lo que la conclusión exige, o consideradas y postergadas.

Falta fijar qué cuenta como suficiente, porque sin ello cualquier evaluación distinta de la del investigador podría llamarse superficial. La suficiencia no exige un conocimiento exhaustivo ni una cantidad fija de información; se examina en relación con la conclusión atribuida al indicio: qué capacidad se pretende demostrar, qué razones sostienen ese paso y qué informaciones podrían contrariarlo. Una conclusión estrecha, la de que el candidato se comunica bien, puede estar suficientemente sostenida por el propio desempeño comunicacional; una conclusión amplia, la de que es capaz de legislar o de administrar, exige razones que el desempeño comunicacional, aisladamente, no asegura. La sustitución no se identifica por la brevedad del mensaje ni por la ausencia de investigación personal, pues el elector puede recurrir legítimamente a intermediarios; exige evidencia de que la señal comunicacional fue recibida como bastante para atribuir aptitud y redujo la consideración de informaciones pertinentes a esa atribución. El criterio no crea un examen obligatorio para votar: dice lo que el investigador necesita encontrar para afirmar que el examen fue sustituido.

Recapitulando: hay tres capacidades, y la elección documenta votos, no aptitud; hay una presunción que pasa de la primera a la tercera; hay tres situaciones, de las cuales la segunda es el caso central; y hay tres modos por los que el examen cede su lugar a la presunción, identificados por la relación entre el juicio y las evidencias pertinentes a la conclusión atribuida. Examen, aquí, es la búsqueda y la consideración de evidencias pertinentes a las atribuciones del cargo, y examen crítico, el examen que pondera esas evidencias también frente a la impresión que el candidato produce; mecanismo es la conversión por la que las señales del éxito comunicacional pasan a valer como indicio suficiente de aptitud, y las secciones 5.1 a 5.4 describen pasajes, esto es, vías de esa conversión, y la sección 5.5, el pasaje que puede mantenerlas en funcionamiento. Quedan

así separados tres planos: la definición, que dice qué cuenta como sustitución (esta sección); las hipótesis explicativas, que dicen qué condiciones la favorecen (sección 5); y las previsiones, que dicen qué cabría esperar observar en esas condiciones (sección 6). Con estos términos la pregunta inicial adquiere forma operativa: no se trata de saber si el éxito en las redes “pesa” en el voto, cosa que nadie niega, sino de saber en qué condiciones, por qué medios y para quién, elector, partido o prensa, las señales del éxito comunicacional pasan a valer como indicio suficiente de aptitud. Parte de esa respuesta se dio antes de las plataformas.

3. ANTECEDENTES TEÓRICOS

La idea de que una habilidad comunicativa puede convertirse en presunción de capacidad de gobernar no nació con las plataformas; se formuló más de una vez en el siglo XX, y el artículo debe a esas formulaciones la premisa y la obligación de decir lo que añade. Esta sección no repite lo que la sección 5 toma de cada autor para explicar pasajes determinados; sitúa el argumento frente a lo que ellos ya explicaron y marca el punto en que se separa de ellos.

Manin es el antecedente decisivo, y también el que más reduce la novedad que podría reivindicarse. La elección, para él, selecciona prominencia, esto es, el rasgo que distingue a un candidato de los demás a los ojos del electorado: para ser elegido, el candidato “necesita atraer la atención del electorado”, y el elector decide por “percepción global”; en la democracia de audiencia, “una nueva élite de expertos en comunicación ha sustituido al militante político y al burócrata del partido”, y “la democracia de audiencia es el gobierno del experto en medios”.¹⁴ Manin observa además que el partido que selecciona a un candidato tiene incentivos para evaluar qué rasgo, valorado por el electorado y escaso entre los competidores, ofrece este, lo que hace del reclutamiento por audiencia una consecuencia previsible, no una anomalía.¹⁵ Manin distingue la habilidad visible de la capacidad de gobernar, como muestra el pasaje sobre la oratoria citado en la sección 2; lo que no hace, porque su objeto es otro, es organizar esa distinción en un esquema de capacidades y preguntar en qué condiciones la prominencia deja de ser instrumento de selección y pasa a ser tomada como evidencia de aptitud. Su obra proporciona, al mismo tiempo, las objeciones más serias a la tesis: la confianza personal puede ser una base adecuada de elección, la imagen tiene contenido político, el elector reacciona a los términos ofrecidos y no es un consumidor con preferencias previas, y la repetición de las elecciones es “un proceso de aprendizaje”.¹⁶ Las secciones 2, 5.3, 5.5, 6 y 7 las retoman, cada una en su lugar; aquí basta decir que el artículo no las impugna, y que la tesis se formula dentro de los límites que ellas imponen.

Bourdieu describió, para la televisión, la sustitución que el artículo traslada a las plataformas. La consagración “por el número y por la ‘visibilidad en los medios’” confiere “a ciertos productos (culturales o incluso políticos) o a ciertos ‘productores’ el sustituto aparentemente democrático de las sanciones específicas impuestas por los campos especializados”.¹⁷ La frase anticipa la tesis del artículo en un punto, el de la visibilidad como sustituto de un reconocimiento específico. Las sanciones específicas, en Bourdieu, son los criterios y las formas de reconocimiento propios de cada campo, y la aproximación entre ellas y el

examen de la aptitud para el cargo es una propuesta del artículo, no del autor. Lo que Bourdieu no tenía ante sí era la métrica exhibida al propio público y renovada a diario: los políticos ya participaban en la producción de su propia imagen en la televisión, y lo que cambia en las plataformas es la combinación entre participación directa, intermediarios, interacción y métricas públicamente disponibles. Bourdieu proporciona también el método que adopta la sección 4: evitar “la ilusión de lo ‘nunca visto’” y la de lo “‘siempre así’”, y comparar “de estructura a estructura”; y proporciona una advertencia contra el propio artículo, al reconocer que el punto de vista de quien dispone de tiempo para criticar la urgencia es “francamente aristocrático”.¹⁸

Habermas, en 1962, formuló el desplazamiento de la crítica hacia la identificación. La “crítica competente en cuanto a cuestiones públicamente discutidas cede su lugar a un mudo conformismo con personas o personificaciones públicamente presentificadas”; el vínculo del elector con metas programáticas es “mucho más débil que el que se instaure entre los electores y la imagen [...] de los principales candidatos”; los especialistas son “contratados para vender política apolíticamente”; y las expectativas que definen el papel del elector son “ficciones liberales de la esfera pública burguesa”, desmentidas por las investigaciones empíricas que ya se acumulaban en los años cincuenta.¹⁹ El artículo usa esas formulaciones como antecedentes, no como un diagnóstico que el autor siga suscribiendo: en el prefacio de 1990, Habermas revisa el pesimismo sobre la capacidad de resistencia del público de masas, y la tesis de este artículo se formula de acuerdo con esa revisión, como investigación de condiciones que debilitan el examen, no como constatación de un público incapaz.²⁰

Postman y Debord dieron al mismo fenómeno formulaciones que importan por lo que delimitan, y la sección 5 aprovecha la de Postman. Postman observa que la televisión “hace imposible determinar quién es mejor que quién”, si “mejor” significa “más capaz en la negociación, más imaginativo en la habilidad ejecutiva, más conocedor de los asuntos internacionales”; la lista de Postman es una lista de atribuciones del cargo, y su observación es que el medio no las muestra.²¹ Debord describe un “estatuto mediático” cuya importancia excede el valor de lo que se ha sido realmente capaz de hacer y que, por eso, se transfiere con facilidad de una actividad a otra, confiriendo en cualquier lugar el mismo derecho a brillar.²² Barthes, en los años cincuenta, ya describía la identificación por la imagen del candidato, como muestra la sección 5.3. Los antecedentes convergen en un punto: la conversión de habilidad comunicativa en credencial política es antigua y fue vista con claridad.

La literatura sobre atajos informacionales proporciona la objeción a la que responde la sección 6 y, al mismo tiempo, la delimitación que el artículo necesita. Lupia relata que electores mal informados, con acceso a un atajo ampliamente disponible, saber qué grupo patrocinaba cada propuesta, votaron como si estuvieran bien informados; Lau y Redlawsk, observando el uso de heurísticas en campañas simuladas, constataron que casi todos los participantes recurren a ellas ante elecciones complejas y que su uso aumenta, entre los políticamente sofisticados, la probabilidad del voto “correcto” (el voto que coincide con lo que el elector elegiría con información completa) y la reduce entre los novatos.²³ El artículo no impugna el uso de atajos,

que puede ser necesario y adecuado, como dice la sección 5.2 con Hayek; describe un atajo particular, la señal de éxito comunicacional, y la condición en que deja de abreviar el examen y pasa a sustituirlo. El resultado de Lau y Redlawsk añade una expectativa que la investigación propuesta debe incorporar: la misma heurística puede abreviar el examen para unos y sustituirlo para otros, de modo que la frecuencia de la sustitución no es una propiedad de la señal, sino de la relación entre la señal y quien la lee.

En Brasil, la conversión de la visibilidad en recurso político fue descrita antes de la centralidad de las plataformas, y la descripción fija lo que el artículo hereda. Miguel define el capital político como una especie de capital simbólico, “el reconocimiento de la legitimidad de aquel individuo para actuar en la política”, distingue entre sus fuentes el “capital convertido, es decir, la popularidad conseguida en otros campos y desplazada hacia la política”, describe los medios de comunicación como un “atajo” en la carrera política y advierte que “no es cualquier exposición en los medios la que impulsa pretensiones electorales, sino aquellas que contribuyen a la construcción de una persona pública apropiada”; Miguel y Biroli sostienen que “la visibilidad mediática es un componente importante en la producción del capital político”, que los medios son percibidos “al mismo tiempo como fuente e índice de capital político” y que el periodismo “confiere visibilidad precisamente a los actores que ya poseen recursos para hacerse ver”.²⁴ El artículo hereda de esa línea la visibilidad como recurso convertible, coproducido y distribuido de modo desigual, y la tercera y la cuarta formas de credencial de la sección 4 corresponden, en parte, al capital convertido y al atajo mediático, que en Miguel es una ruta de carrera, no la heurística del elector de que trata el párrafo anterior; la popularidad de que él habla es la notoriedad de la sección 2, no la aprobación medida. Lo que el artículo añade es la distinción entre capital político, que es legitimidad reconocida para actuar en la política, y aptitud, que es capacidad de ejercer un cargo determinado, y la pregunta sobre el momento en que el recurso deja de leerse como índice del primero y pasa a leerse como prueba de la segunda.

La literatura reciente sobre plataformas proporciona el puente, y en ella están los vecinos más próximos del artículo. Chadwick describe un sistema de medios híbrido, en el que televisión y plataformas se combinan en lugar de sustituirse, y es en ese sistema donde se forma la credencial de la que trata el artículo.²⁵ Van Dijck, Poell y de Waal describen la sustitución de la selección hecha por expertos por la selección hecha por usuarios y algoritmos, que el artículo llama selección por métrica, y la conmensuración que reconstruye relaciones de autoridad, para contenidos y servicios, no para representantes; el traslado es del artículo.²⁶ Ceccobelli y Colombo proponen que el político-influencer es reconocido en tres vértices, confianza, semejanza y superioridad, y tratan la competencia como atribución del público; Riedl, Lukito y Woolley distinguen métricas de audiencia de efectos sobre las opiniones e incorporan la oposición moral al concepto de influencer político; Schmuck, Hirsch, Stevic y Matthes vinculan la exposición a influencers con la percepción de que la política es simple, y esta con el cinismo y con el interés (sección 5.2).²⁷ El recorte del artículo es otro, y es el que reivindica: la pregunta sobre cuándo la atribución de competencia dispensa el examen de la aptitud para el cargo, abordada mediante la

articulación de tres capacidades, tres modos de sustitución y cinco pasajes, un análisis más fino de qué se convierte, en qué y bajo qué condiciones; la idea de la conversión es de los antecedentes.

4. CREDENCIALES EN BRASIL, 1994–2026

Lo que cambió entre 1994 y 2026 no fue la existencia de credenciales no examinadas, que no es ninguna novedad, sino la forma de la credencial: quién concede la visibilidad, cómo se exhibe y con qué frecuencia se renueva, diferencias que el final de la sección enumera. Credencial, en este artículo, es un indicio socialmente reconocido de viabilidad electoral o de aptitud para el cargo, cuyo origen y cuyo uso pueden implicar distintos grados de examen: credencial electoral, cuando el reconocimiento es de potencial de votos; credencial de ejercicio, cuando es de aptitud para el cargo. Una trayectoria institucional o una realización anterior pueden resultar de evaluaciones efectivas. La credencial de ejercicio puede sostener una atribución inicial de aptitud abierta a la verificación; integra la modalidad problemática aquí examinada cuando se recibe como suficiente y reduce la consideración de otras evidencias pertinentes. Cuatro formas de credencial coexisten en el período y pueden componer la misma candidatura; son tipos, no etapas: Manin advierte que sus tipos ideales son “deliberadamente esquemáticos” y sirven a la comparación, y el artículo usa las cuatro formas como tipos, sin la secuencia histórica que describen los de Manin.²⁸ Esta sección describe la primera forma sin caso propio, porque atraviesa las demás, y recorre las otras tres con casos brasileños documentados, diciendo de cada uno lo que muestra y lo que no muestra, y sin presuponer que el elector de 1994 examinara mejor que el de 2026; la pregunta histórica no es la de la decadencia, sino la de la reorganización.

La primera forma es la trayectoria institucional. La credencial es el historial de ejercicio, de militancia y de organización, concedido por el partido, por los cargos anteriores y por las bases territoriales, y la selección está en parte delegada en la maquinaria partidaria, que elige antes que el elector.²⁹ Esta forma está presente en todo el período y no debe idealizarse: el partido de masas, en la descripción de Habermas, también incitaba a la aclamación “sin tocar la minoría de edad política” de los afiliados, y el filtro partidario seleccionaba capacidad organizativa, no necesariamente aptitud de gobierno.³⁰ Todas las formas pueden implicar un pasado examinable; lo que distingue a esta es que el pasado examinable es el ejercicio político anterior, en el partido o en cargos, cuya pertinencia para las atribuciones del cargo disputado varía de un caso a otro, y es el comportamiento pasado lo que Manin considera criterio razonable para decisiones sobre el futuro.

La segunda forma es la realización anterior asociada a la candidatura y comunicada por los medios de masas, y el caso es Fernando Henrique Cardoso en 1994, que la combina con trayectoria institucional y exposición mediática. El real entró en circulación el 1 de julio de 1994; el candidato que, como ministro de Hacienda, había conducido las etapas iniciales del plan venció en la primera vuelta, el 3 de octubre, con 34.364.961 votos, el 54,28 % de los válidos; el Plan fue el eje del conflicto en el horario electoral gratuito, la prensa escrita construyó la imagen de competencia a partir del cargo anterior, y un estudio de referencia sobre la decisión del voto en las presidenciales del período registra, entre sus determinantes, la evaluación del desempeño y

atributos personales como la capacidad administrativa, lo que indica que el criterio estaba disponible, no que el elector de 1994 examinara mejor.³¹ Lo que el caso muestra es una credencial de un tipo particular: un logro verificable, presentado como prueba de capacidad, que adversarios y prensa podían impugnar, y que mantenía una relación reconocible con las atribuciones del cargo disputado. Lo que no muestra es que el logro fuera la causa única de la victoria, ni que la presunción de aptitud a partir de él estuviera mejor fundada que otras; muestra solo que el indicio tenía que ver con el cargo.

La tercera forma es la notoriedad transferida desde otra actividad, y los casos son Tiririca y Romário en 2010. El humorista fue el diputado federal más votado del país, con 1.353.820 votos en São Paulo; el exfutbolista obtuvo 146.859 en Río de Janeiro.³² La credencial es la fama previa, construida en los medios de entretenimiento y en el deporte con la participación de los propios famosos; es lo que Miguel llama “capital convertido”: notoriedad conseguida en otro campo y desplazada hacia la política (sección 3). Los resultados no dicen si el elector examinó o no propuestas, valores, trayectoria o capacidad de representación; la notoriedad puede coexistir con ese examen, y la experiencia fuera de la política puede ofrecer indicios relevantes sin demostrar aptitud suficiente. Lo que los casos permiten decir es que el indicio que más distinguía a esos candidatos de sus competidores tenía poca relación con las atribuciones del cargo. La candidatura de Tiririca pasó, por cierto, por la verificación de una condición de elegibilidad: la alfabetización, exigida por la Constitución, fue verificada por la Justicia Electoral, tras ser impugnada, en una prueba aplicada en noviembre de 2010, y el juez consideró que bastaban “nociones rudimentarias de lectura y escritura”; la verificación institucional existe para el mínimo, no para la aptitud.³³ Dos límites acompañan a los casos. La conversión no es automática: solo cinco candidatos famosos fueron elegidos para la Cámara aquel año, según el relevamiento de Congresso em Foco, y la notoriedad que elige a uno puede no elegir a otro. Y los casos nada dicen sobre la calidad de los mandatos que siguieron; la presunción, recuérdese, puede ser desmentida o confirmada después, y la sección no la juzga. Lo que la tercera forma añade a la segunda es la distancia entre el indicio distintivo y las atribuciones del cargo; la participación del candidato en la producción de su propia visibilidad ya existe en ella, y lo que todavía no es credencial es la métrica pública que la exhibe y la renueva.

La cuarta forma es la audiencia construida en las plataformas, y los casos son Nikolas Ferreira y Lucas Pavanato. El primero obtuvo 1.492.047 votos para diputado federal por Minas Gerais en 2022 y 3.119.318 en 2026; el segundo, 161.386 votos para concejal de São Paulo en 2024 y 3.038.438 para diputado federal en 2026.³⁴ La credencial es la audiencia, presentada en seguidores, alcance y presencia continua, y concedida por el propio candidato con equipos, financiación, partido, prensa y plataformas; el examen, según la hipótesis del artículo, puede ser ausente, superficial o sobrepujado. Los casos de 2026 complican el diseño de manera útil: ambos combinan la audiencia con la trayectoria institucional, porque tenían mandato previo y, por tanto, un historial de ejercicio que podía examinarse; lo que permiten preguntar es si ese historial entró en el juicio público o si la credencial comunicacional lo dominó. El reclutamiento por audiencia,

que la prensa registró en 2026 en al menos nueve partidos, indica que la cuarta forma pasó a ser tratada por las organizaciones partidarias como credencial electoral; la sección 5 trata del pasaje siguiente. Lo que los casos no muestran es que los votos se deban solo a las redes, ni que el éxito comunicacional indique incapacidad.

La regla electoral es una variable, no un telón de fondo. En Brasil, la representación proporcional de lista abierta favorece el voto nominal, y los votos de un candidato muy votado cuentan para el cociente partidario de la lista, lo que da a los partidos un incentivo propio para reclutar candidatos con expectativa de votación elevada; la cláusula de desempeño, que condiciona el acceso al fondo partidario y a la propaganda gratuita a un mínimo de votos o de elegidos, añade otro.³⁵ Estos incentivos ofrecen razones institucionales para el reclutamiento por audiencia, que las noticias de 2026 registran como razón declarada; no demuestran que la conversión de audiencia en presunción de aptitud sea mayor en las contiendas legislativas que en las mayoritarias, lo que sigue abierto. El dinero no desaparece en esta forma: los gastos en anuncios en las plataformas, que registra la sección 5.1, muestran que la presencia en las plataformas tiene un coste, y el hecho de que los dos diputados más votados de 2026 no figuren en la lista, incompleta, de quienes más gastaron plantea una pregunta sobre el origen de la ventaja, que la sección 5.1 formula sin responder.

Lo que cambia de grado y de forma puede decirse en cinco diferencias, con el método de Bourdieu como salvaguarda contra lo “nunca visto” y lo “siempre así”. El acceso a la visibilidad depende menos de intermediarios que seleccionan, pero sigue siendo coproducido. La campaña permanente, privilegio que Manin atribuye al notable, al individuo prominente por nombre o posición social, puede volverse accesible a quien mantiene una audiencia continua. La visibilidad pasa a exhibirse en una métrica pública y conmensurable, que no mide aprobación. La información común, condición que sostenía el optimismo de Manin respecto de los medios no partidistas, en los que “los individuos reciben la misma información sobre un asunto dado que todos los demás”, se ve alterada por la curaduría personalizada, aunque el grado de fragmentación sea objeto de controversia.³⁶ Y la proximidad, que la televisión ya producía, se reorganiza por la combinación de seguimiento frecuente, narrativa personal, posibilidad de respuesta y circulación continua. La fórmula corriente según la cual la red social es la nueva televisión es, por eso, un punto de partida correcto e insuficiente: correcto porque la conversión de visibilidad en credencial ya estaba allí; insuficiente porque la forma de la credencial cambió, y es la forma lo que la sección siguiente examina pasaje por pasaje.

5. LA CONVERSIÓN EN LAS PLATAFORMAS

Entre la visibilidad y la presunción de aptitud no hay un salto, hay pasajes, y cada uno de ellos puede describirse. Esta sección recorre cinco: del lado del candidato, cómo la atención medida pasa a valer como credencial (5.1); del lado del elector, cómo la rapidez de la respuesta produce sensación de comprensión (5.2) y cómo la proximidad produce confianza e identificación (5.3); entre ambos, el enfrentamiento que los une en torno a una amenaza y a una protección (5.4);

y, por último, el circuito que puede mantener los pasajes anteriores en funcionamiento y dificultar su corrección (5.5). En los cuatro primeros, la pregunta es la misma: en qué punto, y bajo qué condiciones, una señal de éxito comunicacional pasa a ser tratada como indicio suficiente de aptitud, y qué ocurre con la búsqueda de otras evidencias cuando eso sucede; en el quinto, la pregunta es qué puede mantener los anteriores en funcionamiento.

5.1. La atención como credencial

Las plataformas sustituyen, en parte, la selección por intermediarios especializados por la selección por métrica. La formulación retoma a van Dijck, Poell y de Waal, que no la escribieron para la política ni en estos términos: los periodistas decidían qué era noticia, los evaluadores especializados qué era un buen hotel; “las plataformas en línea sustituyen la selección basada en expertos por la selección conducida por los usuarios y por los algoritmos”, y, donde no hay garantía institucional, recurren a “evaluaciones de reputación” para suplirla; llamar a la primera selección por intermediarios especializados y a la segunda selección por métrica es una opción terminológica del artículo.³⁷ El traslado a la representación política es nuestro y retiene un solo punto, con dos salvedades: un candidato no es un servicio evaluado, y la elección no tiene requisito de aptitud en el sentido del concurso, aunque tenga condiciones de elegibilidad; el punto es que, antes de las plataformas, la visibilidad política pasaba por intermediarios que, bien o mal, seleccionaban, y en las plataformas la selección la hacen en parte métricas públicas que no miden aptitud y que, pese a ello, pasan a funcionar como credencial para quien recluta, y pueden funcionar así para quien informa y para quien vota. La pregunta de esta subsección es por qué un número que mide atención logra valer como credencial para una función que la atención no mide.

La respuesta empieza por una propiedad de la métrica: conmensura. Los “me gusta”, los seguidores y las visualizaciones reducen cualidades distintas a una sola escala, y la conmensuración, como recuerdan los mismos autores con Espeland y Stevens, “es política: reconstruye relaciones de autoridad”.³⁸ Van Dijck ya observaba que “no hay evaluación de calidad incorporada en esos botones”, que el botón de “me gusta” “favorece valoraciones instantáneas, viscerales, emocionales y positivas” y que la popularidad, en el sentido de la métrica de “me gusta” y seguidores, “aunque no tiene relación con valores como verdad, confianza, objetividad o calidad, se equipara con frecuencia a esos valores”; “difícil pero importante” no es un juicio que las redes soliciten.³⁹ Barthes había nombrado la figura más de medio siglo antes: “la cuantificación de la cualidad”, por la que el mito “comprende lo real a bajo precio”.⁴⁰ La métrica permite comparar alcance; no compara aptitud, y no es ella la que pone comunicar y gobernar en una misma regla: esa equiparación es una interpretación social del número, hecha por quien lo lee, y es ella la que necesita explicarse. El examen superficial encuentra aquí un medio disponible, no una causa: un número que dice cuánto se ve a alguien y que puede leerse como si dijera cuánto vale.

La credencial de visibilidad no es autoproducida; es coproducida. El candidato participa directa y continuamente en la construcción de la audiencia, participación que la notoriedad

transferida desde el deporte o la televisión ya conocía y que aquí se vuelve más directa y pasa a exhibirse en métrica; pero la audiencia depende de equipos, de dinero, de partidos, de la prensa que repercute y de las plataformas que deciden qué circula, y los medios antiguos se combinan con los nuevos en lugar de desaparecer.⁴¹ La métrica exhibida mezcla alcance pagado y orgánico: en la primera vuelta de 2026, los anuncios electorales en Meta sumaron al menos 236 millones de reales, según rendiciones de cuentas todavía incompletas, y Nikolas Ferreira, por medio de una empresa de cursos, invirtió cerca de 745 mil reales en anuncios comerciales fuera del período electoral; los dos diputados federales más votados del país, sin embargo, no aparecen entre quienes más gastaron, lo que plantea una pregunta sobre el origen de la ventaja sin responderla, porque las cuentas están incompletas.⁴² La coproducción importa para la tesis por una razón precisa: la exhibición del alcance puede dejar en segundo plano los recursos y los intermediarios que participaron en su producción, y, cuando esto ocurre, la métrica aparece como mérito personal. Es una vía de la conversión, no una condición de ella; quien conoce los equipos y la financiación puede seguir atribuyendo aptitud al candidato.

Una aproximación al análisis marxiano del fetichismo permite precisar el problema de la presentación de esos resultados. En *El capital*, las relaciones sociales de producción aparecen como propiedades de los propios productos: “es solo una relación social determinada entre los hombres mismos la que aquí adopta, para ellos, la forma fantasmagórica de una relación entre cosas”; y esa apariencia, observa Marx, no es un error individual que más información disiparía, sino algo que la propia organización de las relaciones favorece.⁴³ No se afirma aquí que la audiencia digital tenga la misma determinación que el valor de las mercancías; la aproximación se refiere solo al modo en que un resultado puede presentarse sin las relaciones que contribuyeron a producirlo.

La aplicación al número de seguidores es una propuesta del artículo. El número acompaña al nombre del candidato; el trabajo de los equipos, la financiación, la selección de las plataformas y las distintas formas de circulación pueden quedar fuera del encuadre. En esas condiciones, un resultado producido socialmente puede recibirse como manifestación directa de una cualidad personal. Aun así, reconocer una habilidad comunicacional no constituye la sustitución examinada en este artículo. Esta ocurre cuando la cualidad atribuida pasa a responder también por la aptitud para ejercer el cargo, reduciendo la búsqueda o el peso de otras demostraciones pertinentes.

La campaña permanente, que Manin describía como privilegio del notable, puede extenderse a quien mantiene una audiencia continua en las plataformas, y los casos de la sección 4 ilustran candidaturas construidas sobre una audiencia previa, sin que pueda decirse con qué frecuencia ocurre. Los individuos prominentes en el curso de sus relaciones cotidianas “están implicados en una especie de campaña electoral permanente, mientras que el foco no se dirige a los rasgos distintivos de los otros candidatos hasta que se abre la campaña propiamente dicha”.⁴⁴ Las plataformas abren trayectorias de visibilidad que no dependen exclusivamente de una notoriedad anterior, aunque sigan condicionadas por recursos e intermediarios; esa visibilidad pide una renovación frecuente, porque la audiencia que no se alimenta puede dispersarse, y es

medida, porque cada renovación devuelve un número. Riedl, Lukito y Woolley llaman “plataformizada” a la influencia así medida.⁴⁵ La prominencia diaria puede convertirse en credencial de ejercicio por más de una vía: puede leerse como actividad política sustantiva, cuando “siempre está apareciendo” pasa a significar “siempre está trabajando”; pero puede también reconocerse como entretenimiento y, aun así, proporcionar señales que el público interpreta como capacidad, la soltura, la prontitud de la respuesta, la métrica misma. Ninguna de esas lecturas es necesaria.

Queda por decir cuándo la ventaja comunicacional pasa a servir de evidencia de aptitud, y para ello es preciso separar dos credenciales que el uso corriente junta. La audiencia es, ante todo, una credencial electoral: puede ser utilizada por los partidos como indicio de potencial electoral, y el reclutamiento por audiencia, que la prensa registró en 2026 en al menos nueve partidos brasileños, con el acceso a fondos y a propaganda condicionado al tamaño de la bancada como razón declarada, documenta esa expectativa sin garantizar su realización.⁴⁶ Un partido puede abrigar esa expectativa sin atribuir al reclutado aptitud alguna de ejercicio. La conversión que el artículo examina ocurre cuando la ventaja electoral pasa también a justificar la confianza en la aptitud para el mandato o a dispensar su evaluación, para el partido que ya no pregunta nada más, para la prensa que presenta la votación como prueba de preparación, para el elector que lee el alcance como capacidad. Imagínese un estratega que quisiera llevar la audiencia hasta la credencial de ejercicio. Una configuración le facilitaría la tarea: una audiencia mensurable, un reclutamiento interesado en votos y un candidato con poca experiencia verificable, porque, como observa Manin, “puede ser razonable que los electores usen el comportamiento pasado de los candidatos como criterio”, y donde no hay pasado la comunicación ocupa con más facilidad el lugar que él ocuparía.⁴⁷ La configuración es ilustrativa, no necesaria: un candidato con historial puede ver su actuación sobrepujada por la imagen. El paso que falta, en cualquier configuración, es uno solo: tratar la ventaja comunicacional como demostración suficiente de capacidad para ejercer el cargo. La métrica dice que a alguien se lo ve; lo que falta mostrar es por qué ser visto pasa a parecer saber, y eso exige pasar del candidato al elector.

5.2. Rapidez y sensación de comprensión

Las redes pueden transformar también la manera en que el elector cree poseer competencia para juzgar, y el problema puede empezar antes de la opinión errónea, en la formación de un criterio insuficiente para considerar comprendida una cuestión. No se pregunta aquí si el elector acierta o se equivoca, sino qué experiencia toma por evaluación: en qué momento siente que ha entendido una cuestión y que puede, por ello, juzgar a quien la presenta. Si ese momento llega antes del examen, la presunción del lado del elector, la de que es capaz de juzgar, alimenta la que recae sobre el candidato, la de que es capaz de gobernar, y las dos pueden reforzarse sin que ninguna pase por una prueba.

Hay apoyo empírico indirecto para la primera mitad de esta tesis, la de que la sensación de comprensión puede preceder al examen. Fisher, Goddu y Keil relatan que buscar información en

internet infla la estimación que la persona hace de su propio conocimiento; Gil de Zúñiga, Weeks y Ardèvol-Abreu relatan, en un panel, que la percepción de que “las noticias me encuentran”, de que no es preciso buscarlas porque llegan por las redes, está asociada a un menor conocimiento político a lo largo del tiempo. El fenómeno que explora el primer estudio tiene nombre en la psicología cognitiva, la ilusión de profundidad explicativa: las personas creen comprender mecanismos complejos mejor de lo que los comprenden, y la ilusión se reduce cuando se les pide que los expliquen; Fernbach y colaboradores relatan que pedir la explicación del funcionamiento de políticas públicas reduce la comprensión que las personas declaran tener y modera las posiciones extremas, mientras que pedir razones para la preferencia no produce el mismo efecto.⁴⁸ Son fenómenos distintos, y esos estudios no examinan la conversión de visibilidad en aptitud para ejercer funciones públicas. Más cerca del objeto, Schmuck, Hirsch, Stevic y Matthes relatan, en tres estudios con jóvenes en Alemania, que la frecuencia de exposición a contenidos de influencers está asociada, en los tres estudios, a una mayor percepción de que la política es simple, percepción asociada a un mayor cinismo en dos de los estudios y, bajo la condición de interacción parasocial y según el tema, a un mayor interés político.⁴⁹ El antecedente aproxima rapidez, simplificación y vínculo, e impide tratar la simplificación percibida solo como alejamiento de la política; lo que no mide es el paso que la hipótesis afirma, porque percibir la política como simple es distinto de atribuir aptitud al candidato y reducir el examen de sus capacidades. Lo que los primeros ofrecen es apoyo indirecto a la posibilidad de una disociación entre acceso a la información, conocimiento y evaluación del propio conocimiento, y un indicio de que la explicación, no la adhesión, es lo que pone esa evaluación a prueba; el último, el vínculo entre exposición a influencers y simplificación percibida; la relación de todos ellos con el juicio sobre candidatos sigue siendo hipótesis.

La relación entre rapidez y sensación de comprensión tiene antecedentes, y estos muestran que no es propia de las plataformas. Bourdieu se preguntaba, a propósito de la televisión, si es posible pensar con velocidad, y respondía que los “*fast-thinkers*” lo consiguen porque piensan mediante “ideas preconcebidas”, ya aceptadas por todos y por eso recibidas antes de ser dichas; el pensamiento, por el contrario, “debe empezar por desmontar las ‘ideas preconcebidas’ y debe después demostrar”, y demostrar son “largas cadenas de razones”, lo que “lleva tiempo”.⁵⁰ Han dice del régimen de la información lo que Bourdieu decía de la televisión: “no es posible demorarse en las informaciones”.⁵¹ Si Bourdieu tiene razón, cuando la respuesta tiene que ser rápida lo que se presenta como esclarecimiento tiende a ser lo que ya estaba aceptado, porque solo lo ya aceptado dispensa el tiempo de la demostración. Un límite viene de Derrida: “una decisión justa se requiere siempre inmediatamente, de golpe, lo más rápido posible. No puede permitirse la información infinita”.⁵² Toda decisión política se toma sin dominio total de las razones, y la crítica de esta subsección no recae sobre la falta de ese dominio, sino sobre el examen insuficiente de las razones disponibles cuando se toma por suficiente.

Hay una segunda relación, distinta de la primera: la descalificación de la explicación compleja. Una cosa es que la respuesta rápida se prefiera porque cuesta menos; otra es que la

respuesta pausada se lea como defecto de quien la da. Barthes, describiendo el poujadismo en 1956, dio a esa segunda relación su forma política: la “sospecha respecto del lenguaje, la reducción de todo discurso adverso a un ruido”; la ciencia en la que, “superada cierta dosis”, “se alcanza el mundo cualitativo de los venenos”; la inteligencia sustituida por la “astucia”, y la plenitud física que “fundamenta la limpidez moral”, de modo que “solo el fuerte puede ser franco”.⁵³ Barthes analiza un movimiento determinado, pero observa que el antiintelectualismo que expresa “desborda ampliamente a Poujade”, y es en ese sentido en el que la descripción sirve. La relación entre ambas cosas ha de construirse: la economía de la rapidez vuelve más costosa la explicación larga, la descalificación la vuelve sospechosa, y es cuando ambas se juntan que la complejidad pasa a leerse como evasión, y quien la ofrece, como alguien que oculta algo.

La hipótesis sobre hábitos de juicio puede enunciarse ahora con sus condiciones. La exposición recurrente a contenidos breves, concluyentes y compatibles puede favorecer hábitos en los que la familiaridad con una afirmación y la disponibilidad de una respuesta se toman como señales suficientes de comprensión. No se afirma una transformación cognitiva generalizada: la hipótesis se refiere a hábitos de juicio sobre cuestiones públicas, no a la capacidad de pensar de quien usa las redes. Y resumen no es superficialidad: un contenido breve puede favorecer la comprensión; la superficialidad aparece cuando la síntesis borra lo que haría falta para evaluar la conclusión y aun así se presenta como suficiente. La hipótesis es investigable, pero no solo mediante la observación del contenido, pues una publicación puede presentar una conclusión como definitiva sin que su público la acepte así; lo que pide son manifestaciones de recepción que indiquen qué razones considera el público suficientes para atribuir conocimiento y aptitud al candidato.

La crítica al examen superficial no exige que el elector domine personalmente todos los conocimientos relevantes para su elección. Hayek señala que la vida social depende de conocimientos dispersos y que el individuo “se beneficia de un volumen mucho mayor de conocimientos de los que [*sic*] logra percibir conscientemente”, pudiendo “trascender los límites de su ignorancia recurriendo a un conocimiento que no posee”; y recuerda que parte del conocimiento útil no es sustantivo, sino “conocimiento acerca de dónde y cómo encontrar la información deseada”.⁵⁴ Esta consideración delimita el argumento: recurrir a señales condensadas, intermediarios y conocimientos ajenos puede ser necesario y adecuado, y la insuficiencia surge cuando la señal se utiliza más allá de lo que permite conocer y cierra preguntas para las que no ofrece respuesta. Por la misma razón, la aptitud para el cargo no debe confundirse con una demostración de omnisciencia. Según las atribuciones del cargo, pueden ser pertinentes la capacidad de buscar conocimientos, escuchar a las personas afectadas, reconocer restricciones y revisar decisiones. Son criterios propuestos por el artículo, no requisitos cuya satisfacción pueda inferirse solo de la seguridad con que alguien presenta una conclusión.

Para distinguir la comprensión del mero reconocimiento, el artículo propone un criterio en diálogo con la hermenéutica. Comprender no es reconocer un mensaje que confirma lo que se anticipaba; es dejar que las propias anticipaciones sean puestas a prueba por lo que se lee o se oye,

de modo que puedan ser corregidas por ello. La formulación dialoga con la hermenéutica de Gadamer, para quien la comprensión parte de opiniones previas que no se exige olvidar, pero que exigen apertura a la opinión del otro o del texto. Ricoeur permite precisar la diferencia: una interpretación inicial puede ser una conjetura plausible, pero su validación exige razones que la sostengan frente a interpretaciones concurrentes; la pluralidad de lecturas no vuelve todas igualmente justificadas, y una interpretación no se fortalece solo por encontrar confirmación de sí misma.⁵⁵ La aplicación a la recepción política es una propuesta del artículo: reconocer en una publicación lo que ya se piensa puede producir una experiencia de comprensión sin que se hayan examinado el contexto, las objeciones y las alternativas necesarias para sostener la conclusión; el problema no es empezar por una comprensión situada, sino dispensar las mediaciones que podrían confirmarla, matizarla o contrariarla. Una confirmación puede resultar de un buen examen, y el criterio no es el desacuerdo con el investigador. Lo que el artículo propone es un criterio investigable: la apertura puede investigarse por la disposición a considerar objeciones relevantes, reconocer límites y revisar conclusiones ante razones contrarias; explicitar lo que podría modificar el propio juicio es una señal posible de esa disposición, no una prueba de comprensión. Quedan así distinguidas tres cosas: la sensación de comprensión, la apertura a la revisión y la comprensión sostenida por razones.

El pasaje de esta subsección une las dos presunciones y puede describirse como un espejo. La hipótesis es que el elector tiende a reconocer como competente a quien presenta el mundo en las categorías que el propio elector ya domina, porque es en esas categorías donde la respuesta parece clara, y que el candidato conquista atención al confirmarlas, si la confirmación favorece la circulación, como propone la sección 5.5. La sensación de dominio del elector, “entiendo lo que dice”, se convierte en señal de la competencia del candidato, “explica bien”, y la competencia atribuida al candidato devuelve al elector la confianza en su propio juicio. La formulación que resume la subsección es esta: la competencia comunicacional puede tomarse por aptitud para el cargo cuando el público reconoce como esclarecimiento un mensaje que confirma sus anticipaciones, ofrece una respuesta inmediatamente reproducible y produce sensación de dominio, aun sin someter las afirmaciones del candidato y su capacidad a un examen suficiente. Lo que el espejo no explica es por qué el elector confía en este candidato y no en otro que también confirme sus anticipaciones, y eso exige la proximidad.

5.3. Proximidad e identificación

La confianza personal puede constituir una razón legítima de la elección ante la imprevisibilidad del gobierno. La observación es de Manin: como es cada vez más difícil prever los acontecimientos a los que un gobierno tendrá que responder, “la confianza personal que inspira el candidato es una base de selección más adecuada que la evaluación de planes para acciones futuras”.⁵⁶ Su pertinencia, sin embargo, depende de los elementos que la sostienen, y de esos elementos trata la subsección; los afectos que sostienen la participación política, por el mismo motivo, no son un defecto que corregir. La pregunta no es si el elector confía, sino qué

experiencias producen esa confianza en las redes y en qué momento deja de referirse a la persona y pasa a responder, sin examen, por capacidades que la persona aún no ha mostrado.

Pueden distinguirse tres experiencias en la relación del elector con el candidato al que sigue en las redes, y el paso entre ellas es la vía del mecanismo en esta subsección. La primera es el acceso: “puedo seguirlo”, todos los días, sin depender exclusivamente de los intermediarios tradicionales. La segunda es el vínculo: “me escucha”, responde, reacciona, parece hablar conmigo. La tercera es la expectativa de realización: “lo conseguirá”. El seguimiento puede ser efectivo; la sensación de ser escuchado puede existir sin escucha ni respuesta efectivas, y las dos experiencias no se confunden. Lo que la hipótesis afirma es que la distancia comunicacional, que disminuye en ellas, puede parecer que disminuye también la distancia entre la promesa y el resultado, que es otra: la reducción de la distancia comunicacional no demuestra, por sí misma, una mayor viabilidad de la promesa, aunque en algunos casos la interacción mejore la información, la receptividad o la movilización. Hay apoyo indirecto para la fuerza del vínculo: Tsfaty y colaboradores constataron, en un panel israelí de siete oleadas, que la relación parasocial con el líder partidario estuvo entre los predictores más fuertes del apoyo político y del voto; Ceccobelli y Colombo proponen que el político-influencer es reconocido como “alguien en quien puedo confiar”, “alguien como yo” y “alguien mejor que yo”.⁵⁷ Lo que esos estudios no muestran, y la hipótesis añade, es la transferencia de “puedo seguirlo” y “me escucha” a “lo conseguirá”; y la transferencia es una vía, no una necesidad.

La expectativa de realización merece descomponerse, porque es en ella donde la proximidad hace su trabajo más silencioso. Se distinguen tres cosas: el resultado deseado, la expectativa de que el candidato lo producirá y la posibilidad de que se produzca; el paso problemático va de la primera a la segunda sin examen de la tercera. “Contra los impuestos” puede oírse como promesa antes de que se pregunte qué impuestos y con qué ingresos se sustituirían; denunciar la corrupción puede recibirse como prevenirla, cuando denunciar no demuestra, por sí mismo, capacidad de prevenirla, aunque una denuncia bien hecha pueda revelar conocimiento y fiscalización. Lo que se forma cuando el paso ocurre puede llamarse representación compartida del futuro político: investida de esperanza o de miedo, su fuerza de convencimiento excede el examen de los medios y de las condiciones de realización. La representación no es por ello falsa; puede partir de propuestas reales y añadirles certezas que estas no sostienen. No debe presuponerse que el examen de la viabilidad fuera la regla antes de las plataformas: Habermas registra que las investigaciones de su época mostraban a la masa de los electores lejos del estándar que la teoría democrática supone, “ficciones liberales de la esfera pública burguesa”.⁵⁸ Lo que la proximidad de las redes añade es una experiencia que puede hacer que el examen parezca menos necesario: las promesas de quien está cerca pueden parecer más próximas a concretarse, sin que las condiciones de ejecución reciban un examen equivalente.

Las reacciones financieras ofrecen un ejemplo de este paso. Una reacción financiera favorable, una revalorización de activos o un cambio en los tipos negociados, puede registrar expectativas de los agentes en ese momento; no demuestra, por sí misma, la aptitud del candidato

para el cargo, la ejecución futura de su programa o la mejora de las condiciones económicas de la población. Entre el movimiento y la confianza en el ejercicio del cargo hay cuatro operaciones, y cada una exige un sustento propio: observar el movimiento; atribuirle una causa, cuando otros factores pueden haber contribuido; formar una expectativa sobre políticas futuras, que es de determinados agentes, activos y horizontes; y convertir esa expectativa en competencia presunta. La publicación puede comprimir las cuatro en una secuencia inmediatamente comprensible: el mercado reaccionó favorablemente; la reacción se debe al candidato; luego, su competencia económica ha sido reconocida. Identificar la compresión en la publicación no demuestra que el público la haya aceptado; permite formular qué buscar en la recepción, y cualquier publicación usada como acontecimiento documentado debe tener autoría y fecha autenticadas. Cuando la secuencia dispensa otras evaluaciones, una expectativa pasa a funcionar como credencial de ejercicio. El mecanismo no presupone que los participantes del mercado estén equivocados, ni que la reacción sea irrelevante; presupone investigar si una señal pertinente para determinados agentes fue recibida como evidencia suficiente de resultados políticos más amplios, cuya realización depende de decisiones y condiciones todavía no examinadas. Reacciones semejantes ante candidatos diferentes, en contextos diferentes, no establecen equivalencia entre ellos; muestran la insuficiencia del indicador para la conclusión amplia que ofrece la publicación. El ejemplo permite movilizar por separado las dos aproximaciones de las subsecciones anteriores: reconstruir las relaciones implicadas en la producción de la señal, como sugiere la aproximación marxiana de 5.1, y delimitar las conclusiones que permite sostener, como la de Hayek en 5.2.

La identificación puede operar como protección frente a la crítica, y es aquí donde la proximidad deja de ser solo fuente de confianza y pasa a ser obstáculo a su revisión. La secuencia es corta: “dice lo que yo pienso” es reconocimiento; “luego sus decisiones merecen confianza” es la inferencia; “criticarlo es atacar lo que yo soy” es la protección. La primera situación de la sección 2, el voto por identidad sin atribución de aptitud, queda fuera de esta secuencia, que solo empieza en la inferencia. Cuando la tercera etapa se instala, la crítica al representante se recibe como crítica al grupo, y la defensa de la elección ocupa el lugar que ocuparía su revisión. El criterio es investigable: ¿sigue pudiendo decir el elector “me representa, pero aquí se equivoca”? Pueden buscarse dos señales en la recepción: la reacción a evidencias desfavorables al propio líder, si es examen o defensa, y la simetría de los criterios aplicados al propio campo y al adverso. La protección no está definida por una orientación política, y el artículo no presume que tenga la misma intensidad en los dos campos; la subsección se apoya en el criterio que propone; la literatura sobre cognición protectora de la identidad ofrece el marco, no la demostración.⁵⁹

La identificación por la imagen tiene antecedentes precisos. Barthes, en los años cincuenta, describió el retrato del folleto electoral, “arma antiintelectual” que escamotea la política “en provecho de una ‘manera de ser’”: “la foto es un espejo; ofrece lo familiar, lo conocido, propone al elector su propia efigie”, y el elector “es invitado a elegirse a sí mismo”.⁶⁰ Postman observó, a propósito de la televisión, que el político “se ofrece a sí mismo como una imagen del público”, y Habermas, que los argumentos eran “pervertidos en símbolos, a los que no

se puede [...] responder con argumentos, sino solo con identificaciones”.⁶¹ Manin no veía, al escribir, señales de identificación con las élites mediáticas, lo que registra una época, no una imposibilidad.⁶² Lo que las plataformas cambian, por tanto, no es la existencia de la identificación por la imagen, sino su organización. La televisión ya permitía una exposición cotidiana y una narrativa personal; lo específico de las plataformas es la combinación de seguimiento frecuente, narrativa personal, posibilidad de respuesta y circulación continua, y van Dijck observa que los políticos usan Twitter para “envolver sus mensajes políticos en narrativas personales, a fin de explotar la connotación íntima” del medio, sin depender del “encuadre de los periodistas”.⁶³ Una respuesta puede ser efectiva; pero el seguimiento sin respuesta también puede producir sensación de vínculo, y es esa experiencia la que describe la relación parasocial. Ninguno de los cuatro elementos produce, por sí mismo, la transferencia de la confianza a la viabilidad; combinados, reorganizan la proximidad, y es sobre esa reorganización sobre la que recae la hipótesis.

El pasaje de esta subsección puede decirse ahora entero. La presencia cotidiana y la interacción en las redes pueden producir una proximidad percibida que sostiene la confianza en el candidato. Cuando esa confianza se transfiere a la viabilidad de sus promesas, el vínculo comunicacional pasa a llenar el espacio en el que deberían examinarse las condiciones de realización y las capacidades exigidas por el cargo; y cuando la identificación pasa a proteger la elección frente a la crítica, la reapertura de ese espacio puede volverse más difícil. Nada de esto hace de la proximidad un defecto; el problema aparece en las transferencias, y cada una de ellas deja indicios en manifestaciones de recepción que pueden buscarse. El vínculo así formado es el que el enfrentamiento, a continuación, pone a trabajar: es a él al que se pide protección, y es en su nombre en el que se combate.

5.4. Amenaza, protección y enfrentamiento

El candidato necesita definir al adversario, y el enfrentamiento es anterior a las plataformas. Manin lo formula como condición estructural de la elección: los individuos “se movilizan y se unen con más eficacia cuando tienen adversarios y perciben diferencias entre ellos y los otros”, y por eso “un candidato no solo debe definirse a sí mismo, sino también a sus adversarios. No se presenta solo a sí mismo; presenta una diferencia”.⁶⁴ La televisión ya premiaba el combate entre personas: Bourdieu describe a periodistas que, por miedo a aburrir, dan “prioridad al combate sobre el debate, a la polémica sobre la dialéctica”, y Habermas registra que, en la discusión convertida en mercancía, los conflictos “se desvían al nivel de los roces personales”.⁶⁵ Lo que las plataformas añaden puede decirse en dos puntos: el contenido emocionalmente cargado “tiende a viajar mucho más rápido y más lejos que las noticias duras”, y la provocación deliberada es una estrategia identificada en una campaña brasileña, el “*flamebait*” que Melo y Pozobon describen en la campaña de Nikolas Ferreira en 2022.⁶⁶ Nada de esto es, por sí mismo, el mecanismo del artículo, que está en el paso por el que la diferencia presentada, parte legítima de la política, pasa a valer como demostración de aptitud, y la disposición a combatir, como prueba de capacidad para ejercer el cargo.

La diferencia puede presentarse por medio de pares, y los pares pueden expresar diferencias reales. Bien y mal, tradicional y nuevo, política corrupta y moral, política cristiana y política demonizada: ningún par es falso por ser un par, y hay disputas en las que la oposición moral describe correctamente lo que está en juego. El último par merece un registro propio, como encuadre que investigar: en él, un campo político puede apropiarse de la legitimidad religiosa y atribuir el mal al adversario, de modo que la divergencia política puede recibirse como oposición a la fe. El par pasa a integrar el mecanismo cuando funciona como respuesta anticipada, esto es, cuando dispensa el examen de hechos, propuestas y actuación porque ya dice, antes de él, de qué lado está la razón. Pueden entonces atribuirse dos inferencias al público, y es su ocurrencia lo que la hipótesis investiga: el combate al adversario puede recibirse como demostración suficiente de integridad, y ganar un intercambio de frases, como demostración suficiente de conocimiento. Esas inferencias producen una reputación moral o intelectual, y la conversión solo se completa cuando esa reputación pasa a responder también por la capacidad de ejercer las atribuciones del cargo, que la integridad y el conocimiento, aunque pertinentes, no demuestran por sí mismos. El instrumento para analizar estos pasajes viene de Barthes: el mito no niega las cosas, “simplemente las purifica, las inocenta, las funda en naturaleza y en eternidad, les da una claridad que no es la de la explicación, sino la de la constatación”.⁶⁷ Permite separar, en cada publicación, lo que muestra, la cualidad que atribuye a lo que muestra y la conclusión sobre la aptitud que esa cualidad autoriza; el acontecimiento no necesita ser falso para que la interpretación exceda lo que demuestra, y es en ese exceso donde se localiza la conversión.⁶⁸

La diferencia puede también dibujarse sobre el mapa y sobre la sociedad, y entonces una categoría que indicaba una región, una ocupación o una condición puede pasar a indicar un bando. Sur y Nordeste, “comunistas” y “empresarios”, “bandidos” y “ciudadanos de bien”: las categorías son de tipos distintos, y no todas eran neutras antes del uso político; lo que tienen en común es el uso, por el que condensan personas, posiciones y razones en una identidad que anticipa el juicio, de modo que el argumento pasa a ser juzgado por la identidad atribuida a quien lo presenta. El caso documentado procede de la primera vuelta de 2022: después de que Lula encabezara la votación en los nueve estados del Nordeste, circularon ataques que llamaban a los nordestinos “manipulables” y a la región “Cuba del Sur”, convirtiendo un resultado electoral regional en una identidad explicativa.⁶⁹ El mecanismo no está definido por una orientación ideológica, y su ocurrencia en campos distintos debe investigarse con los mismos criterios. “El Nordeste votó mayoritariamente por X” es descripción; “el nordestino es X”, con atributos despectivos que permiten descalificar a alguien antes de examinar lo que dijo, es trinchera. Generalización y desprecio son los criterios de este ejemplo, no requisitos universales del prejuicio, que puede aparecer también en exclusiones y en estereotipos aparentemente elogiosos.

La amenaza y la protección pueden articular, en una misma narrativa, al adversario, el peligro y el candidato. Tres operaciones se distinguen por su grado de relación con la realidad: inventar un peligro que no existe; exagerar un problema que existe; y atribuir al adversario, en exclusiva, un problema complejo de muchas causas. Solo la primera exige que el peligro sea

ficticio; reconocer la segunda y la tercera puede exigir el examen de la dimensión del problema y de sus causas. En cualquiera de las tres, la estructura narrativa es la misma, una amenaza simplificada, un enemigo reconocible y una promesa de protección, y ninguna de ellas dispensa automáticamente el examen del candidato: pueden producir miedo, rechazo o movilización sin atribución alguna de competencia. Moffitt ayuda a analizar la presentación de la amenaza: un fallo puede presentarse como crisis, vincularse a un cuadro más amplio y asociarse a la necesidad de un determinado liderazgo, y esa presentación no exige que el problema sea enteramente inventado.⁷⁰ La hipótesis aquí examinada añade otro pasaje, que depende de evidencia de recepción: la conversión ocurre cuando la promesa de enfrentar la amenaza se recibe como demostración suficiente de aptitud para ejercer el cargo, y entonces quien se presenta como el antídoto queda dispensado de mostrar que sabe tratar la enfermedad. El candidato puede así convertirse en respuesta al peligro que su propia comunicación ayuda a definir; lo que se busca, en la recepción, es si la designación de la amenaza se recibe como diagnóstico, que todavía pide tratamiento, o como credencial, que ya lo dispensa.

El enfrentamiento puede venir acompañado de una apariencia de rigor, y, sin un criterio para reconocer cuándo la apariencia excede el fundamento, el análisis se convierte en antipatía. Citas, cifras y documentos confieren apariencia de fundamento, y muchas veces confieren fundamento de verdad; el problema se identifica por señales que no dependen de quién habla: la omisión de un dato relevante para esa conclusión, la comparación entre situaciones que difieren en los aspectos pertinentes, la fuente sacada de su contexto, el trato desigual de situaciones semejantes, la versión debilitada de la posición adversaria y la conclusión que excede la evidencia. La información verdadera sacada de contexto cabe aquí: cada pieza resiste la verificación aislada, y la veracidad aislada de los elementos no asegura la veracidad del mensaje ni de la conclusión que componen. Barthes identificó, en la literatura, el motivo por el que el detalle produce este efecto, y se traslada a las cifras, a las capturas de pantalla y a los pormenores: el detalle que solo atestigua “lo que ha sucedido” se convierte en “la justificación suficiente del decir”, y lo que significa no es su contenido, sino la propia categoría de lo real, de modo que “se produce un efecto de real”.⁷¹ Los detalles documentales pueden conferir apariencia de realidad al conjunto sin demostrar la conclusión política, y la apariencia no es autenticación: una captura de pantalla puede ser fabricada, editada o desplazada de contexto, y el efecto de real se produce en todos los casos. Cuando el intercambio de razones llega a su fin, la máxima que lo cierra tiene la forma que Barthes llamó “contraexplicación”, el “porque sí” imperativo.⁷² Estos son instrumentos de análisis del contenido; lo que el público hace con ellos es una cuestión de recepción.

La presentación puede sugerir no solo una cualidad, sino un desempeño que no muestra. La operación no depende del enfrentamiento, y la sección la registra aquí porque se examina con los mismos instrumentos. Una persona fotografiada con las manos sobre las teclas de un piano puede ser recibida como pianista, aunque la imagen no permita distinguir dominio, aprendizaje inicial y pose; el problema no está en aparecer ante el instrumento, sino en que la presencia se ofrezca, o se reciba, como indicio suficiente de una habilidad que no ha sido demostrada. El

artículo llama escenificación de capacidad a la presentación de los signos exteriores de una habilidad en lugar de su demostración. El término no imputa intención: la escenificación puede buscar deliberadamente inducir una atribución que se sabe falsa o exagerada, y en esa modalidad constituye engaño, que solo se afirma cuando esa intención está documentada; la intención no se infiere de la insuficiencia de la imagen, y la fotografía de quien aprende piano no es engaño. La operación tiene tres momentos, la presentación, en la que la persona aparece en una situación asociada a una habilidad, la atribución, en la que el público lee la asociación como evidencia de dominio, y la autoridad, en la que la capacidad atribuida pasa a justificar confianza, reconocimiento o deferencia; y añade un paso anterior a lo que describieron las subsecciones anteriores, porque allí una habilidad comunicacional efectiva pasaba a responder por la aptitud para el cargo, y aquí la propia habilidad se presume a partir de sus signos, de modo que la presunción de aptitud puede apoyarse en una capacidad que no llegó a mostrarse.

En la comunicación política la operación es la misma cuando la proximidad con documentos sugiere estudio, la presencia en una obra sugiere responsabilidad por su realización y el corte de un debate sugiere dominio del asunto. El instrumento para examinar el primer momento sigue siendo el de Barthes: la fotografía electoral, escribió, propone “un clima físico, un conjunto de opciones cotidianas expresadas en una morfología, en un modo de vestir, en una pose”, y escamotea la política en provecho de una “manera de ser”; la composición y el pie de foto ofrecen el soporte visible, la habilidad atribuida le añade un sentido que la imagen no demuestra, y el resultado tiene la claridad de la constatación, no de la explicación, con que el mito presenta lo que naturaliza. La aplicación propuesta por el artículo distingue la capacidad sugerida, su demostración y el uso político de la autoridad que se le ha atribuido; el ejemplo del piano y el paso de la pose al dominio son análisis del artículo, no del autor.⁷³

No se presume que esas imágenes sean falsas: pueden acompañar capacidades y responsabilidades efectivas, y presentarse es lo que hace toda comunicación. La escenificación integra el mecanismo cuando los signos exteriores de una actuación se reciben como prueba de su dominio y reducen la búsqueda de otras evidencias. La plataforma añade una desigualdad: la presentación es inmediatamente accesible, y verificar el desempeño exige información, contexto y tiempo que la presentación no proporciona; esa desigualdad puede favorecer la aceptación de la imagen como evidencia suficiente, sin volver falsa toda presentación digital; constituye una condición potencialmente favorable a la sustitución del examen, no una demostración de su ocurrencia.

En ambientes polarizados, la actuación de enfrentamiento puede funcionar como prueba de superioridad moral, intelectual y política; cuando la impresión así producida se transfiere a la aptitud para el cargo, el éxito en movilizar a la audiencia reduce la búsqueda de evidencias pertinentes al mandato. Votar por el combate al adversario sin considerar competente al candidato es una explicación alternativa del voto, y no el mecanismo; y presentar una diferencia, nombrar un problema y prometer enfrentarlo son actos legítimos, sobre cuya suficiencia, no existencia, recae la crítica. El enfrentamiento produce, además de la credencial, el material que circula: la escena

del combate es lo que se comparte, se comenta, se repudia y se repite, y esa circulación es el paso siguiente.

5.5. Reproducción del circuito y dificultad de corrección

La sustitución del examen puede ser reproducida por las propias condiciones de éxito de la comunicación política, sin que nadie la haya planeado; los cuatro pasajes anteriores describen conversiones, y este describe lo que puede mantenerlas en funcionamiento. El circuito que propone el artículo tiene seis pasos: un acontecimiento complejo se convierte en provocación o en oposición moral simple; la publicación moviliza indignación, identificación y respuestas; la circulación da visibilidad a los participantes, incluidos los que intentan refutar la publicación; esos resultados pueden incentivar nuevas publicaciones del mismo tipo; las explicaciones que exigen contexto pueden tener dificultades para disputar la atención; y el éxito en esos enfrentamientos puede conferir apariencia de competencia, porque quien domina la discusión superficial puede ser percibido como quien domina el problema complejo que ella representa. Los antecedentes sostienen partes del circuito, no su encadenamiento completo. Manin sostiene que “en política, la demanda no es exógena; en general, las preferencias no existen antes de la acción de los políticos”; el artículo desarrolla esa tesis en una dirección que ella no recorre, la de que el enfrentamiento puede formar al público que lo recompensa.⁷⁴ Van Dijck, Poell y de Waal imponen un límite: “la existencia de las burbujas de filtro sigue siendo, sin embargo, objeto de controversia”, de modo que el circuito no es un cierre de cada público sobre sí mismo, sino un conjunto de incentivos que opera también entre públicos que se ven.⁷⁵ En Brasil, Cesarino describió, para la campaña presidencial de 2018, una circulación próxima a la que el circuito supone: un candidato que aparecía en las redes como figura “caleidoscópica”, cuyos “pedazos” eran replicados por sus partidarios en cadenas que se segmentaban “espontáneamente”, y un vínculo fundado en la “alegada espontaneidad y coraje para decir la verdad”; la descripción es antropológica y no mide la recepción en el sentido de la sección 1; la segmentación que describe es la de las cadenas de distribución, no un cierre de los públicos sobre sí mismos, y el artículo la toma como registro de que la replicación por los partidarios forma parte de lo que circula.⁷⁶ Autorreforzado no significa inevitable: el circuito puede interrumpirse por explicaciones accesibles, impugnación eficaz, experiencia del mandato u otras fuentes de información, como muestra la sección 7; y el nombre es circuito, no “sistema autopoietico”, porque la retroalimentación, por sí sola, no basta para la autopoiesis.⁷⁷

El repudio también puede hacer circular, y un caso reciente permite ver lo que una captura documenta y lo que no documenta. En la noche del 4 de octubre de 2026, tras el resultado de la primera vuelta, la diputada federal Júlia Zanatta, reelegida por Santa Catarina, publicó un vídeo en el que agradece de rodillas, en la calle, sosteniendo un látigo, y explicó después que en Santa Catarina “foi de relho” (“fue a latigazos”) significa una victoria rotunda. Un perfil de entretenimiento de Instagram republicó la escena esa misma noche, bajo la palabra “¡ABSURDO!”, y una captura de pantalla hecha mientras la republicación circulaba registraba 4.119 compartidos, 455 republicaciones y 811 comentarios.⁷⁸ La captura registra una

republicación crítica e indicadores de interacción, esto es, circulación, no recepción en el sentido de la sección 1; y circulación no es aprobación, no es voto y no es protección frente a la rendición de cuentas. Lo que el caso sugiere, como posibilidad de recepción que investigar, es más: que la republicación crítica haya llevado la escena a públicos que la diputada no alcanzaría; que sus partidarios la hayan recibido como coraje, y sus adversarios como explicación suficiente de una trayectoria; y que, en esas lecturas, la reacción a la escena haya ocupado el lugar del examen de la actuación. Si esa sustitución ocurre, las dos lecturas, aunque no equivalentes, reducen el objeto examinado de la misma manera. El gesto es posterior a la elección y nada dice sobre los votos.

El circuito puede tener un efecto sobre lo que recibe atención, en dos versiones que no se confunden. El desvío estratégico, en el que alguien produce una escena para apartar la atención de otra cosa, exige evidencia de intención, y el artículo no lo atribuye a nadie sin ella. El desplazamiento colectivo ocurre sin coordinación: la atención puede concentrarse en lo que el circuito premia, personajes, frases y alineamientos, y alejarse de lo que no premia, el objeto en disputa, las pruebas, los fundamentos y los efectos de una decisión. En las discusiones públicas sobre decisiones del Supremo Tribunal Federal, por ejemplo, la comparación entre lo que circula sobre una decisión y lo que esta contiene puede identificar lo que se destacó y lo que se omitió, sin demostrar, por sí sola, que el público haya dejado de examinar los fundamentos. Por eso el artículo habla de producción y mantenimiento de condiciones que dificultan el examen crítico, y no de un agente que mantiene al público en la ignorancia: la primera expresión describe el efecto que se propone investigar; la segunda imputaría lo que no se ha demostrado.

Una analogía ayuda a ver el desplazamiento, con un límite dicho antes de ella: la representación política y el juicio penal tienen finalidades y criterios distintos, y la elección no debe funcionar como una evaluación judicial. Ante un alegato en el plenario del jurado, la pregunta pertinente es si la presentación hace la prueba más comprensible para quien decide o si la impresión que produce puede sobrepujar la evaluación de la prueba; un alegato puede hacer ambas cosas. La misma pregunta cabe en la comunicación política: ¿la presentación del desempeño aclara lo que el candidato ha hecho y sabe, o la impresión que produce ocupa el lugar de esa evaluación? La analogía sirve para formular la pregunta, no para responderla.

El mandato puede ejercerse como continuación de la campaña, y para hacer examinable esta posibilidad el artículo construye un tipo ideal, una figura analítica que reúne rasgos del mecanismo, sin retratar a todos los parlamentarios que usan las redes ni a persona alguna. Considérese un parlamentario ficticio que conquistó notoriedad por la publicación recurrente de respuestas rápidas a sus adversarios; su audiencia reconoce en él a alguien que “dice lo que hay que decir”, y su candidatura presenta ese reconocimiento como credencial. Elegido, sigue organizando parte de su actuación según las condiciones que sostuvieron su visibilidad: selecciona temas de elevado rendimiento emocional, identifica adversarios reconocibles y prepara intervenciones que puedan circular como demostraciones de coraje, de conocimiento o de lealtad, y se hace ver ante documentos, obras y especialistas, de modo que la presencia pueda valer por la actuación, en la escenificación de capacidad que describió la sección 5.4. Durante una sesión,

responde a una cuestión compleja con una acusación que desplaza la discusión hacia la identidad de quien la planteó; el fragmento publicado después termina en la acusación, omitiendo la réplica de quien planteó la cuestión, y, para la audiencia que recibe solo el corte, la ausencia de réplica en el montaje puede parecer ausencia de respuesta en el debate. El tipo no presupone incompetencia; su rasgo definitorio es la prioridad dada a la repercusión cuando entra en conflicto con las exigencias del examen: la objeción relevante tratada como ocasión de enfrentamiento, la dificultad de ejecución sustituida por una declaración de firmeza, la presencia en lugar del resultado, la crítica a la actuación presentada como ataque al grupo. Una intervención viral puede ser una buena contribución parlamentaria; el criterio no es la repercusión, ni la simplificación, que toda comunicación pública exige, sino la supresión de elementos necesarios para evaluar la conclusión, sobre todo cuando el resultado así presentado pasa a valer como demostración suficiente de capacidad. Barthes ofrece una forma para la diferencia entre el debate y este tipo de corte: en el boxeo hay “una historia que se construye ante la mirada del espectador”; en el catch, “cada momento es inteligible, prescindiendo del desarrollo”, y “la función de un luchador de catch no es ganar, sino ejecutar exactamente los gestos que se esperan de él”.⁷⁹ La analogía vale para el corte construido para ofrecer una victoria inmediatamente reconocible, y la cautela viene del propio Barthes: el público del catch sabe que asiste a un espectáculo y “no le importa en absoluto” que el combate sea o no una farsa; el artículo no supone que la audiencia del corte ignore su carácter performativo, sino, como hipótesis, que ese conocimiento no impide que el desempeño se reciba como señal de capacidad.

El tipo ilustra; lo que puede investigarse es más estrecho: comparar la intervención parlamentaria íntegra, en las notas taquigráficas y en el vídeo de la Cámara, con el corte publicado por el propio parlamentario, registrando lo que se preservó, lo que se omitió y lo que se presentó como resultado del debate. El protocolo ha de fijarse antes de la recogida de datos: una regla de inclusión de parlamentarios, período y vídeos, para que no se elijan solo los episodios que confirman la hipótesis; criterios explícitos de lo que cuenta como alteración, la edición que cambia la conclusión, omite una respuesta relevante o presenta como no impugnada una afirmación impugnada, con el registro de por qué el elemento omitido cambia la interpretación; y la contraprueba de los cortes que preservan el sentido, porque reducir la duración no es, por sí mismo, superficializar. El procedimiento identifica cómo una intervención fue seleccionada y encuadrada; no demuestra que la audiencia reciba el corte como prueba de aptitud, lo que sigue siendo hipótesis hasta que se investigue la recepción. Recapitulando la sección 5: la atención medida puede valer como credencial electoral y, con un paso más, como credencial de ejercicio; la rapidez puede producir una sensación de comprensión que se toma por comprensión; la proximidad, una confianza que se transfiere a la viabilidad; el enfrentamiento, una reputación que se toma por aptitud, y la escenificación, signos exteriores que se toman por desempeño; y el circuito que premia estos pasajes puede mantenerlos sin que nadie lo coordine. La habilidad que favoreció la elección puede convertirse, así, en el criterio con el que se conduce y se defiende el mandato, y es esa consecuencia la que retoma la sección 7.

6. CASOS, OBJECIONES Y LÍMITES

Los casos de este artículo ilustran condiciones del mecanismo; no demuestran su ocurrencia, no son una lista de políticos a los que se desaprueba y nada dicen sobre la competencia de quienes los protagonizan. La elección obedeció a seis criterios, enunciados aquí para que el lector pueda exigirlos: variación en el origen de la visibilidad, entre nativos de las plataformas y celebridades transferidas, con la trayectoria institucional de fuerte exposición mediática documentada en la sección 4; variación en el historial, entre debutantes y candidatos con mandato anterior, porque el mandato ofrece un historial potencialmente evaluable, aunque separar el examen ausente del examen sobrepujado exija saber si el elector lo buscó, lo conoció y lo consideró; variación en el cargo; presencia de casos negativos para la conversión de notoriedad en votos, sin los cuales la selección sugeriría que la audiencia elige por sí sola, e indicación de los resultados que serían negativos para la tesis de la presunción, resultados que los casos documentados no alcanzan; variación entre campos políticos, examinados con los mismos criterios; y documentación verificable, con votación documentada por una fuente de prensa o institucional indicada en nota, y fuentes públicas sobre la trayectoria.⁸⁰ Lo que cada caso permite observar se dice junto con él, y solo eso. La selección tiene una asimetría que debe decirse: los casos centrales, los de la cuarta forma de credencial, son de un mismo campo, y los del campo opuesto entran por una estrategia declarada y por un caso propuesto; la asimetría refleja la documentación disponible, no una propiedad del mecanismo, y la investigación propuesta debe corregirla.

Los casos centrales son Nikolas Ferreira y Lucas Pavanato, ambos del PL, cuyas votaciones figuran en la sección 4; aquí interesan por lo que limitan. La trayectoria de Pavanato contiene su propio contraste, porque en 2022, por el Novo, obtuvo cerca de 36 mil votos y quedó como suplente para diputado estatal; entre esa contienda y las siguientes cambiaron el cargo, el electorado, el contexto y el partido, y la diferencia no puede atribuirse sin más a la audiencia.⁸¹ La provocación deliberada fue identificada como estrategia en la campaña de Nikolas en 2022, mediante un análisis de contenido que nada dice sobre la recepción.⁸² Y la pregunta de la sección 5.1 sobre el origen de la ventaja, ante la ausencia de ambos en la lista incompleta de quienes más gastaron, admite como respuesta posible, no demostrada, la audiencia acumulada antes de la campaña.

Los dos casos de otro campo no demuestran, por sí mismos, que el mecanismo central no tenga bando; muestran solo que debe buscarse en todos los campos con los mismos criterios. André Janones, diputado federal por Minas Gerais como Nikolas, obtuvo 238.967 votos en 2022, por Avante, y, al coordinar la comunicación digital de la campaña presidencial en la segunda vuelta de aquel año, ya elegido, declaró públicamente que estaba aplicando “técnicas de una guerrilla digital”; en 2026, por Rede, obtuvo 78.780 y fue reelegido.⁸³ La declaración documenta una estrategia asumida por el propio parlamentario, no la de su candidatura, y la caída entre las dos elecciones, con cambio de partido y de contexto, no se explica por una sola variable. Erika Hilton, diputada federal por São Paulo por el PSOL, pasó de 256.903 votos en 2022 a 1.596.472

en 2026; la votación elevada no demuestra, por sí misma, una actuación sustantiva, y el caso solo cumplirá la función de prueba de la coexistencia cuando la actuación esté documentada, con proposiciones, ponencias y asistencia comparadas con las de sus pares de la legislatura y leídas según su pertinencia para las atribuciones del cargo. Hasta entonces, es un caso propuesto, y el artículo no presume, en caso alguno, que la visibilidad indique falta de contenido.⁸⁴ Júlia Zanatta, de Santa Catarina, reelegida en 2026 con la votación que la prensa registró como la mayor de la historia del estado para la Cámara, entra solo por lo que ya dijo la sección 5.5: la circulación de una escena por repudio, y por adhesión como hipótesis, después de la elección.⁸⁵

Los casos negativos son negativos para la conversión de notoriedad en votos, no para la tesis de la presunción. Adrilles Jorge, con una notoriedad construida en la televisión y en las redes, obtuvo 91.485 votos para diputado federal por São Paulo en 2022 y no fue elegido; Pavanato quedó como suplente ese mismo año; en 2010, Netinho de Paula obtuvo 7.773.327 votos para el Senado por São Paulo y no fue elegido, en una contienda mayoritaria con dos escaños, lo que lo convierte en un recordatorio, no en un control; y, según el relevamiento de Congresso em Foco, solo cinco candidatos famosos llegaron a la Cámara en 2010.⁸⁶ La derrota proporcional depende también del partido, del cociente y, hasta 2018, de la coalición, y por eso estos casos no miden la fuerza de la audiencia; lo que muestran es que la conversión de notoriedad en votos no es automática. La tesis del artículo recae sobre la atribución de aptitud, no sobre la victoria, y por eso los resultados que la debilitarían son otros: electores que reconocen la competencia comunicacional de un candidato y, aun así, exigen evidencias pertinentes al cargo; identificación intensa acompañada de revisión del juicio; recepción que distingue con claridad una victoria retórica de la aptitud para ejercer el mandato. Si la investigación de la recepción encuentra esos resultados con regularidad, el mecanismo descrito tendrá condiciones de aplicación más estrechas que las propuestas, y eso es lo que los casos deberían poder mostrar.

La primera familia de objeciones dice que nada de esto es nuevo, y tiene razón en lo que afirma. La fama, el espectáculo y la simplificación anteceden a internet: Manin muestra que, en la democracia de partidos, lo que el elector retenía de los programas eran “eslóganes vagos y llamativos” y que la pertenencia social pesaba más que la adhesión a programas, Postman y Bourdieu describieron la televisión, y van Dijck observa que la diferencia entre el contenido de YouTube y el de la televisión fue impugnada desde el lanzamiento del sitio.⁸⁷ El estándar del elector que examina la aptitud, recuerda Habermas, no describía adecuadamente al conjunto del electorado ya en las investigaciones de los años cincuenta, y la personalización es estructural, no accidental.⁸⁸ La respuesta es la de la sección 4: el artículo no narra una decadencia ni la pérdida de un examen que habría existido; describe un desplazamiento de criterios y de intermediarios, una diferencia de grado y de forma en la credencial, y la novedad que reivindica es la del análisis, no la del fenómeno.

La segunda familia dice que la tesis es elitista, y es la que más obliga a la precisión. Comunicar y movilizar son parte legítima de la política, y la actuación integra la representación; la confianza personal puede ser razón legítima de la elección; los electores eligen por identidad,

interés y valores sin pretender examinar la aptitud, como el padre de Postman, que votaba al partido y consideraba ingenuo buscar “al mejor hombre”; y la representación no debe depender de credenciales elitistas, porque, como concluye Manin, “la elección selecciona inevitablemente élites, pero corresponde a los ciudadanos corrientes definir qué constituye una élite y quién pertenece a ella”.⁸⁹ El artículo acepta cada una de estas proposiciones. La tesis no recae sobre la existencia de la confianza, sino sobre su fuente, ni sobre la entrada en la política, sino sobre el examen adecuado al cargo; el voto por identidad sin atribución de aptitud es una explicación alternativa, no un caso del mecanismo, como fijó la sección 2; y el criterio normativo que el artículo necesita viene de dentro de Manin, para quien la libertad de elección “no está asegurada si el contenido específico de la superioridad está determinado solo por factores y circunstancias externos”, debiendo los rasgos de los elegidos resultar, en la medida de lo posible, “de una elección consciente y deliberada del electorado”.⁹⁰ El elector puede elegir conscientemente valorar la audiencia; la condición falla cuando el alcance recibe valor de demostración suficiente de aptitud sin consideración de otras evidencias pertinentes. La exigencia es de examen, no de título, y no excluye los atajos informacionales, que la literatura de la sección 3 describe como capaces de sustituir a la enciclopedia con provecho para parte de los electores; lo que el artículo examina es el atajo que se toma por prueba.

La tercera familia dice que el artículo confunde correlación con causa y olvida la corrección. Los seguidores no demuestran la causa de los votos: en el relevamiento de Ribeiro y Oliveira sobre los cien candidatos a concejal más votados en São Paulo, Río de Janeiro y Belo Horizonte, el número de seguidores en Instagram capta una parte mayor de la variación de la votación que los gastos de campaña, pero pequeña, con coeficientes de determinación entre 0,14 y 0,18 frente a 0,04 a 0,12, en una muestra limitada a los más votados y sin valor causal; las métricas se compran; los partidos, el dinero, la religión, el territorio y las reglas pesan, la propia difusión “favorece a quienes pueden movilizar más recursos”, y, en la disputa por el voto en internet, las campañas brasileñas de 1998 a 2016 dieron una ventaja decisiva a quien tenía más recursos, según Braga y Carlomagno.⁹¹ El artículo no impugna nada de esto: describe un mecanismo entre otros, trata las reglas como variable y usa los casos como ilustración, no como prueba causal. En cuanto a la corrección, Manin tiene razón en que la repetición de las elecciones es “un proceso de aprendizaje” en el que el elector puede descubrir el valor de sus criterios; la pregunta que el artículo añade, y que desarrolla la sección 7, es cuándo se dificulta ese aprendizaje, y los casos de 2026 con mandato previo son el terreno en el que puede investigarse.⁹²

La cuarta familia dice que las plataformas dan voz y permiten la réplica, y que la imagen de un público pasivo es falsa. Es cierto: la coacción del “*don’t talk back*” que Habermas atribuía a los nuevos medios ya no los describe, Han observa que en el régimen de la información las personas “ya no son telespectadores pasivos”, sino “emisores activos”, y van Dijck muestra a usuarios que se apropian de las plataformas y las impugnan.⁹³ La respuesta es que la posibilidad de réplica no restaura, por sí misma, el examen: la interacción puede producir familiaridad y sensación de escucha sin que la crítica ocupe el espacio que ocupa el vínculo, como propuso la

sección 5.3; y la adaptación recíproca entre candidatos y públicos que describe el artículo no es un retrato de todos los usuarios de una plataforma.

La definición de la sección 2 dice qué cuenta como sustitución, y los pasajes de la sección 5 proponen condiciones que la favorecen; de ellos se siguen previsiones que permiten comparar situaciones en lugar de reconocer el mecanismo después del hecho. Primera: manteniendo constantes el historial y las propuestas presentados, las señales de éxito comunicacional, como los seguidores, un corte viral o una victoria retórica, aumentan la aptitud atribuida y reducen la búsqueda de información adicional. Segunda: se propone investigar si la asociación varía según la identificación previa con el candidato, el vínculo percibido y la familiaridad con el asunto en disputa; el resultado de Lau y Redlawsk sugiere atención a las diferencias entre públicos, pero no demuestra esas moderaciones específicas. Tercera: ante una evidencia desfavorable pertinente al cargo, quien atribuyó aptitud a partir de señales comunicacionales revisa menos su juicio que quien la atribuyó a partir del historial, y la diferencia crece cuando la crítica se presenta como ataque al grupo. Son previsiones propuestas, no resultados; si las diferencias no aparecen en las condiciones indicadas, su ausencia puede debilitar la hipótesis explicativa correspondiente o exigir su reformulación, y no solo reducir el alcance del mecanismo.

Queda por decir lo que el artículo no ha hecho. El eslabón central de la tesis, la reducción del examen por la familiaridad y la presunción, exigiría un diseño propio: un experimento de viñetas en el molde de Todorov, que haga variar los seguidores, un corte viral y un historial de realizaciones, y que mida no solo la competencia atribuida, sino también la búsqueda de información adicional y el peso dado al historial y a la evidencia contraria, porque es la sustitución del examen, y no la atribución, lo que la tesis afirma; una escala de relación parasocial política en una encuesta brasileña, en el molde de Tsati, acompañada de ítems sobre la viabilidad de las promesas, porque la escala mide el vínculo y no demuestra, por sí misma, la transferencia de la confianza; y un análisis de recepción con corpus y criterios fijados antes de la recogida de datos, que separe contenido, circulación, interpretaciones, justificaciones de voto y demostraciones de capacidad.⁹⁴ Las lecturas que sostienen el artículo se declaran en las notas, y su extensión se indica donde importa. Recapitulando la sección: los casos ilustran condiciones e incluyen negativos y campos opuestos; tres previsiones hacen la hipótesis comparable entre situaciones; las cuatro familias de objeciones fueron respondidas dentro de los límites indicados, y la respuesta a la segunda de ellas fija los dos límites de la tesis: la restricción al caso en que las señales comunicacionales se toman como indicios suficientes de aptitud, planteada desde la sección 1, y el criterio normativo tomado de Manin en esta sección. Es esta versión delimitada la que la sección siguiente lleva al mandato.

7. SELECCIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS

La posibilidad de evaluación retrospectiva no garantiza la corrección de la competencia presunta, porque la corrección depende de la disponibilidad y de la consideración de evidencias capaces de contrariar la presunción, vengan de donde vengan. Cuando la presentación del

mandato sigue obedeciendo al criterio que favoreció la elección, esto es, cuando el parlamentario comunica su actuación por las formas que sostuvieron la candidatura, la experiencia posterior puede llegar al elector ya encuadrada por las mismas señales de competencia: la respuesta rápida, la proximidad, el enfrentamiento y el corte que el circuito premia. La continuidad de la exposición puede entonces renovar la impresión de aptitud sin evidencia nueva sobre el desempeño. Esto no exige que la evidencia venga de fuera: una publicación del propio parlamentario puede revelar un error, preservar una objeción u ofrecer elementos para revisar el juicio, y el aprendizaje electoral del que habla Manin depende de que esos elementos estén disponibles y sean considerados.⁹⁵ El encuadre puede dificultar la corrección; no la impide, y decir dónde sigue siendo posible es la tarea de esta sección.

La rendición de cuentas puede quedar bloqueada por la fidelidad, y aquí el artículo solo reúne las vías que propusieron las secciones 5.3 y 5.4, sin haber demostrado su ocurrencia. Cuando la identificación protege la elección, la crítica a la actuación se recibe como ataque al grupo; cuando el candidato se presentó como protección frente a una amenaza, criticar al protector se percibe como favorecer la amenaza; y, en los dos casos, la defensa de la elección ocupa el lugar que ocuparía su revisión. La señal investigable es la misma que antes, el elector que logra o no decir “me representa, pero aquí se equivoca”, y el mandato es el terreno en el que esa señal puede buscarse con más provecho, porque es en él donde hay una actuación que comparar con la presentación.

El examen puede darse sin barrera elitista, y hay cuatro lugares en los que se da o puede darse. Los partidos que explicitan criterios de reclutamiento y los publican hacen examinable la credencial que conceden; la cláusula de desempeño que señalan como razón para reclutar por audiencia no les impide decir qué más exigen. Las comparecencias y los debates que preguntan por las atribuciones del cargo, y no solo por la posición sobre el tema del día, producen el indicio que la métrica no produce. La prensa que compara el corte con la intervención íntegra y el mandato con los pares de la misma legislatura hace, en público, el procedimiento que propuso la sección 5.5. Y el propio elector, cuando tiene acceso a otra información, puede usarla: lo que Manin exige, la elección deliberada del tipo de superioridad que se valora, no requiere título; pide que la credencial no la defina solo el medio.⁹⁶ La disputa entre la publicidad crítica y la publicidad organizada con fines de manipulación sigue abierta, como concluía Habermas en 1962, y la revisión de 1990, al reconocer una mayor capacidad de resistencia del público, refuerza esa conclusión en lugar de deshacerla; la escala en que la primera se impone es la medida de la democratización; los mecanismos de selección de las plataformas, recuerdan van Dijck, Poell y de Waal, son objeto de gobernanza, no de fatalidad.⁹⁷

Recapitulando el artículo. Las tres capacidades son distintas, y la elección documenta votos, no aptitud. La competencia presunta se examinó en la modalidad en que las señales comunicacionales se tratan como suficientes; tres modos describieron cómo cede el examen, y cinco pasajes, cuatro de conversión y uno de mantenimiento, dijeron por dónde puede ocurrir y mantenerse la conversión, alimentando dos presunciones, la del elector sobre su propio juicio y la

del público sobre la aptitud del candidato. Es firme que las capacidades son distintas, que la elección no comprueba aptitud y que la inferencia de competencia a partir de señales sin relación con el cargo, como el rostro, existe; es hipótesis, con condiciones indicadas en cada caso, que los pasajes ocurran y que el circuito los mantenga, y las previsiones de la sección 6 dicen qué los haría examinables; los casos mostraron votaciones, estrategias declaradas y circulación, nunca la recepción, que queda por investigar.

La pregunta deja así de ser solo cómo se convierte la atención en votos, y pasa a incluir cuándo el mantenimiento de la audiencia interfiere en la deliberación y en la rendición de cuentas. El artículo sometió su hipótesis a la apertura que exige al elector: dijo dónde explica, dónde las objeciones la delimitan y dónde no se aplica. Ser visto no es saber, y la dificultad de distinguir visibilidad de aptitud puede comprometer la evaluación del mandato y la revisión de la elección.

FUENTES DOCUMENTALES Y DE PRENSA

A TARDE. Por que os partidos apostam em celebridades e influencers para as eleições. 7 abr. 2026.

Disponible en: <https://atarde.com.br/politica/por-que-os-partidos-apostam-em-celebridades-e-influencers-para-as-eleicoes-1385201>. Consultado el 6 oct. 2026.

AGÊNCIA BRASIL. Nikolas Ferreira e Lucas Pavanato foram os deputados mais votados. 5 oct. 2026.

Disponible en: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2026-10/nikolas-ferreira-e-lucas-pavanato-foram-os-deputados-mais-votados>. Consultado el 6 oct. 2026.

AGÊNCIA SENADO. Romário vai representar o Rio de Janeiro no Senado. 5 oct. 2014. Disponible en:

<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2014/10/05/romario-e-eleito-senador>. Consultado el 7 oct. 2026.

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO. Deputado federal campeão de votos é

diplomado na Assembleia. 17 dic. 2010. Disponible en: <https://www.al.sp.gov.br/noticia/?id=294894>. Consultado el 7 oct. 2026.

BAND. Eleições 2022: famosos que se elegeram ou não se elegeram. 3 oct. 2022. Disponible en:

<https://www.band.com.br/eleicoes/noticias/eleicoes-2022-famosos-que-se-elegeram-ou-nao-se-elegeram-16545592>. Consultado el 7 oct. 2026.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil (1988), art. 14, § 4º, y art. 17, § 3º, este en la redacción de la Emenda Constitucional n. 97, de 4 de octubre de 2017.

BRASIL. Lei n. 4.737, de 15 de julio de 1965 (Código Eleitoral), arts. 106 a 109.

BRASIL. Lei n. 9.504, de 30 de septiembre de 1997 (Lei das Eleições), art. 16-D.

CONGRESSO EM FOCO. Apenas cinco “famosos” elegend-se na Câmara. 4 oct. 2010. Disponible en:

<https://www.congressoemfoco.com.br/noticia/70895/apenas-cinco-famosos-elegend-se-na-camara>. Consultado el 6 oct. 2026.

CONGRESSO EM FOCO. Como votaram os eleitores dos candidatos negros. 13 oct. 2010. Disponible en:

<https://www.congressoemfoco.com.br/noticia/76790/como-votaram-os-eleitores-dos-candidatos-negros>. Consultado el 7 oct. 2026.

- CONGRESSO EM FOCO. Influencer de 26 anos é vereador mais votado do país. 7 oct. 2024. Disponible en: <https://www.congressoemfoco.com.br/noticia/5964/influencer-de-26-anos-e-vereador-mais-votado-do-pais>. Consultado el 7 oct. 2026.
- CONGRESSO EM FOCO. Justiça Eleitoral de São Paulo libera Tiririca. 1 dic. 2010. Disponible en: <https://www.congressoemfoco.com.br/noticia/70572/justica-eleitoral-de-sao-paulo-libera-tiririca>. Consultado el 7 oct. 2026.
- CORREIO BRAZILIENSE. Deputada do PL celebra eleição andando pelas ruas com chicote e gera polêmica. 5 oct. 2026. Disponible en: <https://1news.correiobraziliense.com.br/noticia/892113/noticias/deputada-do-pl-celebra-eleicao-andando-pelas-ruas-com-chicote-e-gera-polemica-05102026>. Consultado el 6 oct. 2026.
- JOVEM PAN. Confira quais foram os 50 deputados federais mais votados do Brasil. 3 oct. 2022. Disponible en: <https://jovempan.com.br/politica/confira-quais-foram-os-50-deputados-federais-mais-votados-do-brasil/>. Consultado el 7 oct. 2026.
- METRÓPOLES. Apesar de reeleito, Janones perdeu mais de 160 mil votos em quatro anos. 6 oct. 2026. Disponible en: <https://www.metropoles.com/minas-gerais/apesar-de-reeleito-janones-perdeu-mais-de-160-mil-votos-em-quatro-anos>. Consultado el 7 oct. 2026.
- MOTORYN, Paulo. Nikolas gastou R\$ 750 mil na Meta para vender curso. Eu comprei. *The Intercept Brasil*, 3 jul. 2025. Disponible en: <https://www.intercept.com.br/2025/07/03/nikolas-meta-curso-destra/>. Consultado el 6 oct. 2026.
- O POVO. Nordeste é alvo de xenofobia nas redes após resultado do 1º turno. 5 oct. 2022. Disponible en: <https://www.opovo.com.br/eleicoes-2022/2022/10/05/nordeste-e-alvo-de-xenofobia-nas-redes-apos-resultado-do-1-turno.html>. Consultado el 6 oct. 2026.
- OHBAFO. ABSURDO! A deputada Júlia Zanatta, do PL de Santa Catarina... [publicación en vídeo]. Instagram, 4 oct. 2026. Captura de pantalla hecha a las 21:53 de esa misma noche, conservada con el material de investigación del artículo; los indicadores de interacción en el momento de la captura figuran en la sección 5.5, nota 78.
- PODER360. “Técnicas de guerrilha digital”, diz Janones sobre redes sociais. 25 oct. 2022. Disponible en: <https://www.poder360.com.br/eleicoes/tecnicas-de-guerrilha-digital-diz-janones-sobre-redes-sociais/>. Consultado el 6 oct. 2026.
- PODER360. Meta já recebeu R\$ 236 milhões por anúncios eleitorais em 2026. 2 oct. 2026. Disponible en: <https://www.poder360.com.br/poder-eleicoes-2026/meta-ja-recebeu-r-236-milhoes-por-anuncios-eleitorais-em-2026/>. Consultado el 6 oct. 2026.
- PODER360. Zanatta vai às ruas com chicote para comemorar os 560 mil votos. 5 oct. 2026. Disponible en: <https://www.poder360.com.br/poder-eleicoes-2026/zanatta-vai-as-ruas-com-chicote-para-comemorar-os-560-mil-votos/>. Consultado el 6 oct. 2026.
- REVISTA OESTE. A caça de influenciadores. Edición 317, 10 abr. 2026. Disponible en: <https://www.revistaoste.com/revista/edicao-317/a-caca-de-influenciadores/>. Consultado el 6 oct. 2026.

ROLLING STONE BRASIL. Brasil já teve eleições decididas no 1º turno? 2 oct. 2022. Disponible en: <https://rollingstone.com.br/politica/brasil-ja-teve-eleicoes-decidas-no-1-turno/>. Consultado el 7 oct. 2026.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Resultados das eleições 1994 – Brasil (resultado final exterior, 1º turno). Disponible en: <https://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-antiores/eleicoes-1994/resultados-das-eleicoes-1994/brasil/resultados-das-eleicoes-1994-brasil>. Consultado el 7 oct. 2026.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARTHES, Roland. *Mitologias*. Trad. Rita Buongiorno, Pedro de Souza y Rejane Janowitz. 4. ed. Río de Janeiro: DIFEL, 2009.

BARTHES, Roland. *O rumor da língua*. Trad. Mario Laranjeira. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Río de Janeiro: Zahar, 2008.

BOORSTIN, Daniel J. *The Image, or What Happened to the American Dream*. New York: Atheneum, 1962.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Trad. Maria Lúcia Machado. Río de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BRAGA, Sérgio; CARLOMAGNO, Márcio. Eleições como de costume? Uma análise longitudinal das mudanças provocadas nas campanhas eleitorais brasileiras pelas tecnologias digitais (1998–2016). *Revista Brasileira de Ciência Política*, n. 26, p. 7–62, 2018.

BRUMES, Karla Rosário; SILVA, Rafael do Carmo; PINTO, Sergio Ricardo Aurélio. Eleições presidenciais de 1994 no estado do Paraná. *Paraná Eleitoral: revista brasileira de direito eleitoral e ciência política*, v. 11, n. 4, p. 1–32, 2022. Disponible en: <https://bibliotecadigital.tse.jus.br/bitstreams/3c302b9d-5b29-44df-9448-0697670f2e9f/download>. Consultado el 7 oct. 2026.

CARREIRÃO, Yan de Souza. *A decisão do voto nas eleições presidenciais no Brasil (1989 a 1998): a importância do voto por avaliação de desempenho*. Tesis (Doctorado en Ciencia Política) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000.

CECCOBELLI, Diego; COLOMBO, Arianna. Political leaders or social media influencers? The cases of Alexandria Ocasio-Cortez and Chiara Ferragni. *Polity*, v. 57, n. 2, p. 253–281, 2025. DOI: 10.1086/734740.

CESARINO, Letícia. Identidade e representação no bolsonarismo: corpo digital do rei, bivalência conservadorismo-neoliberalismo e pessoa fractal. *Revista de Antropologia*, v. 62, n. 3, p. 530–557, 2019.

CHADWICK, Andrew. *The Hybrid Media System: Politics and Power*. 2. ed. Oxford: Oxford University Press, 2017.

DEBORD, Guy. Comentários sobre a sociedade do espetáculo (1988). In: DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Trad. Estela dos Santos Abreu. Río de Janeiro: Contraponto, 1997.

- DERRIDA, Jacques. *Força de lei: o fundamento místico da autoridade*. Trad. Leyla Perrone-Moisés. 2. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010.
- ESPELAND, Wendy Nelson; STEVENS, Mitchell L. Commensuration as a social process. *Annual Review of Sociology*, v. 24, p. 313–343, 1998.
- FERNBACH, Philip M.; ROGERS, Todd; FOX, Craig R.; SLOMAN, Steven A. Political extremism is supported by an illusion of understanding. *Psychological Science*, v. 24, n. 6, p. 939–946, 2013.
- FISHER, Matthew; GODDU, Mariel K.; KEIL, Frank C. Searching for explanations: how the Internet inflates estimates of internal knowledge. *Journal of Experimental Psychology: General*, v. 144, n. 3, p. 674–687, 2015.
- FREITAS, Felipe Corral de. O primeiro grande antagonismo entre PSDB e PT. *Opinião Pública*, v. 24, n. 3, p. 547–595, 2018.
- GADAMER, Hans-Georg. *Verdade e método: traços fundamentais de uma hermenêutica filosófica*. Trad. Flávio Paulo Meurer. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2002. v. 1.
- GIL DE ZÚÑIGA, Homero; WEEKS, Brian; ARDÈVOL-ABREU, Alberto. Effects of the News-Finds-Me perception in communication: social media use implications for news seeking and learning about politics. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 22, n. 3, p. 105–123, 2017.
- HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Trad. Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
- HABERMAS, Jürgen. Prefacio a la nueva edición alemana de 1990. In: HABERMAS, Jürgen. *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública*. Trad. del prefacio Francisco Javier Gil Martín. Barcelona: Gustavo Gili, 1994.
- HAN, Byung-Chul. *Infocracia: digitalização e a crise da democracia*. Trad. Gabriel S. Philipson. Petrópolis: Vozes, 2022.
- HAYEK, Friedrich A. *Os fundamentos da liberdade*. Trad. Anna Maria Capovilla y José Ítalo Stelle. Brasília: Editora Universidade de Brasília; São Paulo: Visão, 1983.
- HORTON, Donald; WOHL, R. Richard. Mass communication and para-social interaction: observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, v. 19, n. 3, p. 215–229, 1956.
- KAHAN, Dan M.; BRAMAN, Donald; GASTIL, John; SLOVIC, Paul; MERTZ, C. K. Culture and identity-protective cognition: explaining the white-male effect in risk perception. *Journal of Empirical Legal Studies*, v. 4, n. 3, p. 465–505, 2007.
- LAU, Richard R.; REDLAWSK, David P. Advantages and disadvantages of cognitive heuristics in political decision making. *American Journal of Political Science*, v. 45, n. 4, p. 951–971, 2001.
- LUHMANN, Niklas. *A realidade dos meios de comunicação*. Trad. Ciro Marcondes Filho. São Paulo: Paulus, 2005.
- LUPIA, Arthur. Shortcuts versus encyclopedias: information and voting behavior in California insurance reform elections. *American Political Science Review*, v. 88, n. 1, p. 63–76, 1994.

- MANIN, Bernard. *The Principles of Representative Government*. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.
- MARX, Karl. *O capital: crítica da economia política*. Livro I: O processo de produção do capital. Trad. Rubens Enderle. São Paulo: Boitempo, 2013.
- MASON, Lilliana. *Uncivil Agreement: How Politics Became Our Identity*. Chicago: University of Chicago Press, 2018.
- MELO, Gabriela Pereira; POZOBON, Rejane de Oliveira. Polarização afetiva e ciberviolência no discurso digital de políticos-influenciadores brasileiros. *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, v. 12, n. 23, raeic122308, 2025. DOI: 10.24137/raeic.12.23.8.
- MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. Visibilidade na mídia e campo político no Brasil. *Dados – Revista de Ciências Sociais*, v. 53, n. 3, p. 695–735, 2010.
- MIGUEL, Luis Felipe. Capital político e carreira eleitoral: algumas variáveis na eleição para o Congresso brasileiro. *Revista de Sociologia e Política*, n. 20, p. 115–134, 2003. DOI: 10.5380/rsp.v20i0.3636.
- MOFFITT, Benjamin. How to perform crisis: a model for understanding the key role of crisis in contemporary populism. *Government and Opposition*, v. 50, n. 2, p. 189–217, 2015. DOI: 10.1017/gov.2014.13.
- MOFFITT, Benjamin. *The Global Rise of Populism: Performance, Political Style, and Representation*. Stanford: Stanford University Press, 2016.
- MOREIRA, Rui Verlaine Oliveira; CABRAL, Mário André Machado. Gadamer, reviravolta hermenêutica e direito. *Revista do Curso de Mestrado em Direito da UFC (NOMOS)*, v. 29, n. 1, 2008/2, p. 139–154. Disponível em: https://repositorio.ufc.br/ri/bitstream/riufc/12154/1/2009_art_rvmoreira.pdf. Consultado el 6 oct. 2026.
- POSTMAN, Neil. *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. New York: Penguin, 1986.
- RENAULT, David. A construção da imagem de FHC na mídia impressa (1993–1994). *Comunicação e Espaço Público*, año XI, n. 1–2, p. 109–120, 2008.
- RIBEIRO, Márcio Moretto; OLIVEIRA, Vinicius Cordeiro de. Popularidade digital e sucesso eleitoral: a influência do número de seguidores no Instagram nas eleições para câmaras municipais em 2024. *Boletim de Políticas Públicas/OIPP*, n. 43, sept.–oct. 2024. Disponível em: https://sites.usp.br/boletimoipp/wp-content/uploads/sites/823/2024/11/Ribeiro_Oliveira_set_out_2024.pdf. Consultado el 6 oct. 2026.
- RICOEUR, Paul. *Interpretation Theory: Discourse and the Surplus of Meaning*. Fort Worth: Texas Christian University Press, 1976.
- RIEDL, Martin J.; LUKITO, Josephine; WOOLLEY, Samuel C. Political influencers on social media: an introduction. *Social Media + Society*, v. 9, n. 2, 2023. DOI: 10.1177/20563051231177938.
- ROZENBLIT, Leonid; KEIL, Frank. The misunderstood limits of folk science: an illusion of explanatory depth. *Cognitive Science*, v. 26, n. 5, p. 521–562, 2002.

- SCHMUCK, Desiree; HIRSCH, Melanie; STEVIC, Anja; MATTHES, Jörg. Politics – simply explained? How influencers affect youth’s perceived simplification of politics, political cynicism, and political interest. *The International Journal of Press/Politics*, v. 27, n. 3, p. 738–762, 2022. DOI: 10.1177/19401612221088987.
- STREET, John. Celebrity politicians: popular culture and political representation. *British Journal of Politics and International Relations*, v. 6, n. 4, p. 435–452, 2004.
- TODOROV, Alexander; MANDISODZA, Anesu N.; GOREN, Amir; HALL, Crystal C. Inferences of competence from faces predict election outcomes. *Science*, v. 308, n. 5728, p. 1623–1626, 2005.
- TSFATI, Yariv; COHEN, Jonathan; DVIR-GVIRSMAN, Shira; TSURIEL, Keren; WAISMEL-MANOR, Israel; HOLBERT, R. Lance. Political para-social relationship as a predictor of voting preferences in the Israeli 2019 elections. *Communication Research*, v. 49, n. 8, p. 1118–1147, 2022. DOI: 10.1177/00936502211032822.
- VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford: Oxford University Press, 2018.
- VAN DIJCK, José. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press, 2013.

NOTAS

1 Manin, *The Principles of Representative Government* (Cambridge University Press, 1997), pp. 136–138 y 149; el pasaje sobre la oratoria, p. 146, se cita en la sección 2. Salvo indicación de traducción brasileña o portuguesa en las Referencias, las citas de obras en lengua extranjera (Manin, Postman, Boorstin, van Dijck, Espeland y Stevens, Todorov y colaboradores, Fisher y colaboradores, Gil de Zúñiga y colaboradores, Tsfaty y colaboradores, Ceccobelli y Colombo, Riedl y colaboradores, Kahan y colaboradores, Mason, Moffitt, Ricoeur, Schmuck y colaboradores, Lupia, Lau y Redlawsk, Rozenblit y Keil, Fernbach y colaboradores, Horton y Wohl, y el prefacio de Habermas de 1990, leído en español) son traducciones nuestras; el original se transcribe en nota cuando la formulación importa. Las citas de obras consultadas en traducción portuguesa o en otras lenguas, así como las de obras del propio autor, se vierten al español por el autor.

2 Fisher, Goddu y Keil (2015); Gil de Zúñiga, Weeks y Ardèvol-Abreu (2017); los estudios se presentan y delimitan en la sección 5.2.

3 Van Dijck, Poell y de Waal, *The Platform Society* (Oxford University Press, 2018), p. 44: los seguidores falsos “pueden comprarse por una pequeña tarifa” (“can be bought for a small fee”; traducción nuestra). La observación se refiere a Twitter; la extensión a las demás métricas es nuestra.

4 Cf. Street, “Celebrity Politicians: Popular Culture and Political Representation”, *British Journal of Politics and International Relations*, 6 (2004), para quien la actuación y la cultura popular integran la representación. El artículo acepta la premisa y no concluye de ella que toda actuación sea demostración de aptitud; la sección 6 retoma la objeción.

5 Manin, *The Principles of Representative Government* (Cambridge University Press, 1997), pp. 136 y 138: “they may also decide to elect someone just because they like this individual better than another”; “Nothing in the elective method requires that voters be fair to candidates”. El contraste con el concurso, cuyos estándares se “formulan de manera abstracta y general” y se “anuncian públicamente de antemano” (traducción nuestra), es de Manin, p. 137.

6 Manin, p. 149: “election selects perceived superiorities and actual differences”.

7 Manin, p. 146: “there is no guarantee that a gift for public speaking is a good proxy for capability to govern”. En el mismo lugar, Manin añade que la repetición de las elecciones hace de ellas “un proceso de aprendizaje” (traducción nuestra); la sección 7 pregunta cuándo se dificulta ese aprendizaje.

8 Todorov, Mandisodza, Goren y Hall, “Inferences of Competence from Faces Predict Election Outcomes”, *Science*, 308 (5728), 2005, pp. 1623–1626: las inferencias de competencia a partir del rostro anticiparon “el 68,8 % de las contiendas al Senado en 2004” (p. 1623; el 71,6 % de las contiendas al Senado de 2000 a 2004 y el 66,8 % de las contiendas a la Cámara), y, con una exposición de un segundo por par de rostros, el 67,6 % de las contiendas al Senado (p. 1624); “actual voting decisions are certainly based on multiple sources of information other than inferences from facial appearance. Voters can use this additional information to modify initial impressions of political candidates” (p. 1625). El estudio muestra que la inferencia existe; nada dice sobre redes sociales ni sobre Brasil.

9 Boorstin, *The Image, or What Happened to the American Dream* (Atheneum, 1962), cap. 2 (“From Hero to Celebrity: The Human Pseudo-Event”), pp. 57–58: “The celebrity is a person who is known for his well-knownness”; el pasaje y su localización se cotejaron en una transcripción de fuente secundaria, no en el ejemplar. Postman, *Amusing Ourselves to Death* (Penguin, 1986), cap. 9: “Being a celebrity is quite different from being well known. Harry Truman was well known but he was not a celebrity”.

10 Postman, cap. 7: “‘Credibility’ here does not refer to the past record of the teller for making statements that have survived the rigors of reality-testing. It refers only to the impression of sincerity, authenticity, vulnerability or attractiveness”.

11 Manin, p. 227: “the images formed by voters are not free of political content”.

12 Manin, p. 143: los electores “operate on the basis of an overall perception, and their attention is drawn to those individuals whose image stands out from the rest”.

13 Postman, cap. 7, sobre los reporteros que exponen las mentiras del presidente: “But apparently the public declines to take an interest”. Han, *Infocracia*, trad. Gabriel S. Philipson (Vozes, 2022), cap. “El fin de la acción comunicativa”, sobre los colectivos digitales confrontados “con hechos y datos que contradicen su convicción”, que “son simplemente ignorados, pues no se ajustan a la narrativa que genera la identidad”. En los dos pasajes la evidencia contraria está disponible, expuesta por los reporteros o presentada a los colectivos, y se deja de lado, lo que define el modo sobrepujado. Han dice que la tribalización de la red se propaga “sobre todo en el campo de la derecha”; el artículo no hereda la restricción (sección 5.4). Los dos pasajes son ensayísticos y valen como formulación, no como medida.

14 Manin, pp. 142–143 y 220: “To be elected, a candidate needs to attract the attention of the electorate”; “a new elite of experts in communication has replaced the political activist and the party bureaucrat. Audience democracy is the rule of the media expert”. La primera parte del cap. 4 es presentada por el autor como “una teoría pura” del carácter aristocrático de la elección (p. 134; traducción nuestra), y el cap. 6 se apoya en estudios electorales de los años setenta a noventa.

15 Manin, p. 139.

16 Manin, pp. 221, 227, 222–226 y 146, respectivamente.

17 Bourdieu, *Sobre a televisão*, “La influencia del periodismo”, texto que la edición brasileña numera como tercero, tras las dos clases.

18 Bourdieu, cap. 2 (“La estructura invisible y sus efectos”), sobre las dos ilusiones y la comparación “de estructura a estructura”; cap. 1 (“El plató y sus bastidores”), sobre el carácter “francamente aristocrático” de la oposición platónica entre el filósofo que dispone de tiempo y la urgencia del ágora.

19 Habermas, *Mudança estrutural da esfera pública*, §20, p. 229; §22, pp. 251, 252 y 247, en este orden.

20 Habermas, prefacio a la edición de 1990 de *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, consultado en la traducción española (*Historia y crítica de la opinión pública*, Gustavo Gili, 1994, trad. del prefacio Francisco Javier Gil Martín, p. 19). El artículo no usa los §§18–22 como diagnóstico suscrito por el autor en su forma de 1962.

21 Postman, *Amusing Ourselves to Death*, cap. 9: “television makes impossible the determination of who is better than whom, if we mean by ‘better’ such things as more capable in negotiation, more imaginative in executive skill, more knowledgeable about international affairs”.

22 Debord, *Comentários sobre a sociedade do espetáculo* (1988), sección IV, en paráfrasis; la expresión “estatuto mediático” es del autor. El pasaje se indica por la sección porque se leyó en una reproducción digital del texto, sin la paginación de la edición indicada.

23 Lupia, “Shortcuts versus Encyclopedias: Information and Voting Behavior in California Insurance Reform Elections”, *American Political Science Review*, 88 (1), 1994, pp. 63–76, consultado por el resumen: “access to a particular class of widely available information shortcuts allowed badly informed voters to emulate the behavior of relatively well informed voters”. Lau y Redlawsk, “Advantages and Disadvantages of Cognitive Heuristics in Political Decision Making”, *American Journal of Political Science*, 45 (4), 2001, pp. 951–971: “heuristic use generally increases the probability of a correct vote by political experts but decreases the probability of a correct vote by novices” (p. 951); los cinco atajos estudiados son el partido, la ideología, el respaldo, la viabilidad y la apariencia del candidato, y la ganancia de unos 20 puntos entre los sofisticados queda casi anulada por la pérdida de unos 21 entre los no sofisticados. La aplicación a la señal de éxito comunicacional es nuestra.

24 Miguel, “Capital político e carreira eleitoral: algumas variáveis na eleição para o Congresso brasileiro”, *Revista de Sociologia e Política*, 20 (2003), pp. 115–134, en las pp. 121, 122, 130 y 131; Miguel y Biroli, “Visibilidade na mídia e campo político no Brasil”, *Dados*, 53 (3), 2010, pp. 695–735, en las pp. 695 (resumen), 697 y 729. Ambos trabajos tratan de los medios de masas y del campo político; la extensión a las plataformas es nuestra.

25 Chadwick, *The Hybrid Media System* (Oxford University Press, 2.^a ed., 2017), introducción.

26 Van Dijck, Poell y de Waal, cap. 2, pp. 40–47.

27 Ceccobelli y Colombo (2025) y Riedl, Lukito y Woolley (2023), consultados en los pasajes citados en las secciones 5.1, 5.3 y 5.4; Schmuck, Hirsch, Stevic y Matthes (2022), consultado por el resumen (sección 5.2, nota 49).

28 Manin, p. 202: los tres tipos ideales “are deliberately schematic”.

29 Manin, p. 208.

30 Habermas, §21, p. 238. La observación de Manin sobre el comportamiento pasado como criterio razonable está en la p. 180, citada en la sección 5.1.

31 Base nacional de 34.350.217 votos según Brumes, Silva y Pinto, “Eleições presidenciais de 1994 no estado do Paraná”, *Paraná Eleitoral*, 11 (4), 2022, tabla 1, con fuente en el TSE; sumados los 14.744 votos del exterior registrados en la página de resultados del exterior de 1994 del TSE (consultada el 7/10/2026). El porcentaje del 55,22 % que circula es el de Fernando Henrique en el voto del exterior, no en el total; el 54,28 % es su parte de los votos válidos en el total nacional, según Rolling Stone Brasil, 2/10/2022. Sobre el Plan Real como eje del conflicto en el horario electoral gratuito, Freitas, “O primeiro grande antagonismo entre PSDB e PT”, *Opinião Pública*, 24 (3), 2018; sobre la construcción de la imagen de competencia en la prensa a partir del Ministerio de Hacienda, Renault, “A construção da imagem de FHC na mídia impressa (1993–1994)”, *Comunicação e Espaço Público*, XI (1–2), 2008; sobre la evaluación del desempeño y los atributos personales en la decisión del voto de 1989 a 1998, Carreirão, *A decisão do voto nas eleições presidenciais no Brasil (1989 a 1998)* (tesis, USP, 2000), consultada por el resumen. La toma de posesión tuvo lugar el 1 de enero de 1995.

32 Tiririca: 1.353.820 votos, según la Assembleia Legislativa de São Paulo, noticia del 17/12/2010; Romário: 146.859 votos, según la Agência Senado, 5/10/2014. Sobre los cinco famosos elegidos aquel año, Congresso em Foco,

4/10/2010 (sección 6, nota 86).

33 Congresso em Foco, “Justiça Eleitoral de São Paulo libera Tiririca”, 1/12/2010, sobre la prueba aplicada el 11 de noviembre de 2010 y la decisión de la 1.ª Zona Electoral de São Paulo; la inelegibilidad del analfabeto está en la Constitución, art. 14, §4º.

34 Nikolas Ferreira en 2022: Jovem Pan, 3/10/2022, y Agência Brasil, 5/10/2026; Pavanato en 2024: Congresso em Foco, 7/10/2024; ambos en 2026: Agência Brasil, 5/10/2026, a partir del escrutinio del TSE. Escrutinio no es inmutabilidad: las cifras deben citarse con la fecha de la fuente.

35 Cociente electoral y cociente partidario: Código Eleitoral (Ley 4.737/1965), arts. 106 a 109. Cláusula de desempeño: Constitución, art. 17, §3º, en la redacción de la Enmienda Constitucional 97/2017; la distribución del Fondo Especial de Financiación de Campaña también sigue el tamaño de las bancadas (Ley 9.504/1997, art. 16-D). Sobre el reclutamiento por audiencia con esos incentivos como razón declarada, Revista Oeste, 10/4/2026, y A Tarde, 7/4/2026.

36 Manin, p. 228: “individuals receive the same information on a given subject as everyone else”; van Dijck, Poell y de Waal, p. 65, sobre las burbujas de filtro “todavía objeto de controversia” (“still contested”; traducción nuestra).

37 Van Dijck, Poell y de Waal, pp. 40–41 y 43: “Online platforms replace expert-based selection with user-driven and algorithm-driven selection”; las plataformas “employ reputation ratings to make up for the lack of institutional guarantees”. El contexto es la selección de contenidos y servicios, no de representantes.

38 Ídem, pp. 46–47, citando a Espeland y Stevens (1998, p. 323): “commensuration is political: it reconstructs relations of authority”.

39 Van Dijck, *The Culture of Connectivity* (Oxford University Press, 2013), pp. 13, 62 y 65–66: “there is no quality assessment built into these buttons”; “it favors instant, gut-fired, emotional, positive evaluations”; “although popularity has no relation to values such as truth, trust, objectivity, or quality, it is often equated with these values”; “‘difficult but important’ is not a judgment prompted by social media sites”.

40 Barthes, *Mitologías*, trad. Rita Buongiorno, Pedro de Souza y Rejane Janowitz (DIFEL, 4.ª ed., 2009), p. 245. Barthes describe una figura de la retórica burguesa de los años cincuenta; el uso como instrumento de análisis de la métrica es nuestro.

41 Cf. Chadwick, *The Hybrid Media System* (Oxford University Press, 2.ª ed., 2017), introducción.

42 Poder360, 2/10/2026 (anuncios en Meta en la primera vuelta de 2026; cuentas incompletas y lista restringida a los mayores inversores); The Intercept Brasil, 3/7/2025 (Destra Cursos, 745,3 mil reales en anuncios fuera del período electoral). Los datos muestran gasto, no causa de los votos.

43 Marx, *O capital*, libro I, cap. 1, §4 (“El carácter fetichista de la mercancía y su secreto”), trad. Rubens Enderle (Boitempo, 2013), en la edición electrónica consultada. Marx no trata de audiencias ni de elecciones; la aplicación al número de seguidores es nuestra, y no supone equivalencia entre audiencia y valor.

44 Manin, p. 143. Manin habla del notable, prominente por nombre o posición social; la extensión a quien es prominente por técnica es el añadido.

45 Riedl, Lukito y Woolley (2023): “their influence is platformed”, esto es, captada por las métricas propietarias de las plataformas y en los términos que estas fijan; los autores distinguen métricas de audiencia de efectos sobre las opiniones, lo que impide usar los seguidores como prueba de persuasión.

46 Revista Oeste, “A caça de influenciadores”, 10/4/2026; A Tarde, 7/4/2026. Lo que la prensa documenta es el uso de la audiencia como credencial electoral; saber si el reclutamiento también dispensa el examen de la aptitud para el mandato exigiría entrevistas o documentos partidarios.

47 Manin, p. 180: “it may be reasonable for voters to use the past behavior of candidates as criteria in decisions bearing on the future”. La inferencia sobre la ausencia de pasado es nuestra.

48 Fisher, Goddu y Keil, “Searching for Explanations: How the Internet Inflates Estimates of Internal Knowledge”, *Journal of Experimental Psychology: General*, 144 (2015); Gil de Zúñiga, Weeks y Ardèvol-Abreu, “Effects of the News-Finds-Me Perception in Communication”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 22 (2017), que examinan la percepción de que las noticias encuentran al usuario y su relación con el aprendizaje político, no la conversión de visibilidad en aptitud; Rozenblit y Keil, “The Misunderstood Limits of Folk Science: An Illusion of Explanatory Depth”, *Cognitive Science*, 26 (5), 2002, pp. 521–562: “people feel they understand complex phenomena with far greater precision, coherence, and depth than they really do” (p. 521), y “nearly all participants showed drops in estimates of what they knew when confronted with having to provide a real explanation” (p. 529); Fernbach, Rogers, Fox y Sloman, “Political Extremism Is Supported by an Illusion of Understanding”, *Psychological Science*, 24 (6), 2013, pp. 939–946: “asking people to explain policies in detail both undermined the illusion of explanatory depth and led to attitudes that were more moderate”, mientras que “enumerating reasons did not lead to any change in position extremity”.

49 Schmuck, Hirsch, Stevic y Matthes, “Politics – Simply Explained?”, *International Journal of Press/Politics*, 27 (3), 2022, pp. 738–762, consultado por el resumen, que informa del diseño, las muestras, el país y el período: panel de adolescentes (N = 294 en la segunda oleada), encuesta a jóvenes adultos (N = 632) y panel de jóvenes adultos (N = 496 en la segunda oleada), Alemania, 2019–2020.

50 Bourdieu, *Sobre a televisão*, trad. Maria Lúcia Machado (Jorge Zahar, 1997), pp. 38–41.

51 Han, *Infocracia*, cap. “Infocracia”. Han añade que un único tuit con información descontextualizada “es posiblemente más efectivo que un argumento fundamentado”.

52 Derrida, *Força de lei*, trad. Leyla Perrone-Moisés (WMF Martins Fontes, 2.ª ed., 2010), pp. 51–52. Derrida habla de la decisión judicial y de la justicia; el uso como límite a la crítica de la rapidez es nuestro.

53 Barthes, *Mitologías*, “Poujade y los intelectuales”, pp. 184–191, en las pp. 184–188 (los pasajes citados); la observación de que el antiintelectualismo “desborda ampliamente a Poujade” y “se apodera de los más variados medios políticos” está en la p. 191.

54 Hayek, *Os fundamentos da liberdade*, cap. II (“Los poderes creativos de una civilización libre”), en la subdivisión “La civilización y el desarrollo del conocimiento”, en la edición electrónica consultada. La aplicación a las atribuciones políticas es nuestra; el artículo no hereda el programa de Hayek, solo la distinción entre usar un conocimiento que no se posee y pretender un conocimiento suficiente.

55 Gadamer, *Verdade e método*, I (Vozes, 4.ª ed., 2002), pp. 404–405: “lo que se exige es simplemente la apertura a la opinión del otro o a la del texto”, y “una conciencia formada hermenéuticamente tiene que mostrarse receptiva, desde el principio, a la alteridad del texto”; pasajes citados *apud* Moreira y Cabral (2008), que los transcriben con esa localización. Ricoeur, *Interpretation Theory* (Texas Christian University Press, 1976), pp. 76–79, sobre la conjetura y la validación, la lógica de la probabilidad que rige la segunda y la confrontación entre interpretaciones concurrentes, en paráfrasis; la distinción es de Ricoeur, la aplicación es nuestra. La lectura hermenéutica es instrumental: el artículo no propone una teoría de la comprensión, propone un criterio de investigación que le debe su forma.

56 Manin, p. 221: “the personal trust that the candidate inspires is a more adequate basis of selection than the evaluation of plans for future actions”.

57 Tsfaty et al. (2022): panel de siete oleadas, de enero a octubre de 2019 (N = 1.061), en el que los constructos de relación parasocial política “estuvieron entre los predictores más fuertes del apoyo político” en todos los modelos, junto al historial de voto y las evaluaciones termométricas; los autores advierten que el orden temporal de las medidas no demuestra causalidad. El concepto de relación parasocial procede de Horton y Wohl, “Mass Communication and Para-Social Interaction”, *Psychiatry*, 19 (3), 1956, pp. 215–229. Ceccobelli y Colombo (2025), cuyos tres vértices

(“someone I can trust”, “someone like me”, “someone better than me”) son una hipótesis de los propios autores. Ambos estudian el vínculo; la transferencia de la confianza a la viabilidad es el pasaje que el artículo añade como hipótesis.

58 Habermas, *Mudança estrutural da esfera pública*, trad. Flávio R. Kothe (Tempo Brasileiro, 1984), §22, p. 247. Las investigaciones referidas son de los años cincuenta.

59 Kahan et al., “Culture and Identity-Protective Cognition” (2007), en la introducción, para quienes, “como medio de autodefensa de la identidad, los individuos conforman sus evaluaciones de la información de modo que refuercen las creencias asociadas a la pertenencia a grupos determinados” (“as a means of identity self-defense, individuals conform their appraisals of information in a manner that buttresses beliefs associated with belonging to particular groups”; traducción nuestra), y Mason, *Uncivil Agreement* (2018), cap. 1 (“Identity-Based Democracy”), sobre la polarización “enraizada en la identidad social”, en la que la pertenencia partidaria organiza la evaluación de los adversarios (presentación de la obra; traducción nuestra).

60 Barthes, *Mitologías*, “Fotogenia electoral”, pp. 162–163; la grafía “antiintelectual” es la de la edición. Barthes trata de folletos electorales franceses de los años cincuenta; la extensión a las redes es nuestra.

61 Postman, cap. 9: “on television the politician does not so much offer the audience an image of himself, as offer himself as an image of the audience”; Habermas, §21, p. 241.

62 Manin, p. 233: “Nor is there any sign that those elites are in a position to inspire feelings of identification on the part of voters”.

63 Van Dijck, *The Culture of Connectivity*, pp. 75 y 77: “politicians use tweets to wrap their political messages in personal narratives in order to exploit the intimate connotation of the medium’s communicative mode”; “dependent on journalists’ framing”.

64 Manin, p. 222. Manin añade (pp. 222–223) que los candidatos no inventan divisorias con total libertad: las líneas de división social preexisten y, donde son numerosas y cambiantes, corresponde a los políticos elegir cuál activar.

65 Bourdieu, *Sobre a televisão*, posfacio; Habermas, §18, p. 194.

66 Van Dijck, Poell y de Waal, p. 68: “entertaining and emotionally charged content tends to travel much faster and further than hard news”; Melo y Pozobon (2025), RAE-IC, que analizan contenido, no recepción.

67 Barthes, *Mitologías*, “El mito es un habla despolitizada”, p. 235. Barthes escribe contra la mitología burguesa y admite, más adelante, un “mito, en la izquierda”; el artículo usa el instrumento sin heredar el blanco.

68 Riedl, Lukito y Woolley (2023) incorporan la oposición moral entre lo correcto y lo incorrecto al concepto de influencer político que proponen, con referencia a Mouffe, lo que sugiere un rasgo recurrente del género, no una característica necesaria de todo influencer.

69 O Povo, 5/10/2022; los términos proceden de la cobertura de prensa.

70 Moffitt, *The Global Rise of Populism* (Stanford University Press, 2016), cap. 7, pp. 120–121, sobre la transformación de fallos en crisis por su presentación política; la lista de los tres rasgos del estilo populista, “la apelación al ‘pueblo’ frente a la ‘élite’; los ‘malos modales’; y la crisis, la ruptura o la amenaza” (“appeal to ‘the people’ versus ‘the elite’; ‘bad manners’; and crisis, breakdown or threat”), está en la p. 8 (traducción nuestra). La secuencia está también en Moffitt, “How to Perform Crisis”, *Government and Opposition*, 50 (2), 2015, pp. 189–217: identificar el fallo, elevarlo a crisis vinculándolo a un cuadro más amplio, presentar soluciones simples y un liderazgo fuerte; “crisis marks the spectacularization of failure”. El artículo toma de Moffitt el análisis de la presentación; el paso a la presunción de aptitud es del artículo.

71 Barthes, *O rumor da língua*, trad. Mario Laranjeira (Martins Fontes, 2.ª ed., 2004), “El efecto de real”, pp. 188 y 190. Barthes habla de la literatura y de la historiografía; el traslado a la publicación en redes es nuestro.

72 Barthes, *Mitologias*, “El mito, hoy”, p. 246.

73 Barthes, *Mitologias*, “Fotogenia electoral”, pp. 162–163 (sección 5.3, nota 60), y “El mito, hoy”, p. 235 (nota 67) y p. 221 (“transforma la historia en naturaleza”). Barthes describe la naturalización del sentido por la imagen; la atribución de habilidades a partir de signos exteriores, el ejemplo del piano y los tres momentos de la escenificación son del artículo.

74 Manin, p. 225, en el contexto del rechazo a la metáfora del elector-consumidor (pp. 224–226).

75 Van Dijck, Poell y de Waal, p. 65: “the existence of filter bubbles is, however, still contested”; los autores atribuyen los efectos a la interacción entre plataformas, usuarios y organizaciones.

76 Cesarino, “Identidade e representação no bolsonarismo: corpo digital do rei, bivalência conservadorismo-neoliberalismo e pessoa fractal”, *Revista de Antropologia*, 62 (3), 2019, pp. 530–557, en las pp. 533, 540 y 549.

77 El término autopoiesis remite a Luhmann, *A realidade dos meios de comunicação*, trad. Ciro Marcondes Filho (Paulus, 2005), para quien los medios forman un sistema que opera mediante el código información/no información; el artículo no usa el concepto, porque la retroalimentación que describe no equivale a la clausura operativa de un sistema, y la crítica a la superficialidad no puede atribuirse al autor.

78 Explicación de la diputada según Poder360 y Correio Braziliense, 5/10/2026. Captura de pantalla, conservada con el material de investigación del artículo, de la publicación del perfil @ohbafo en Instagram en la noche del 4/10/2026, posterior a la publicación de la propia diputada en su perfil; la captura, hecha a las 21:53, registraba 5.523 “me gusta”, 811 comentarios, 455 republicaciones y 4.119 compartidos, y la publicación reproducía un post del mismo perfil en X: “La bolsonarista Julia Zanatta sale a [sic] las calles con un látigo tras ser elegida diputada federal por SC”. El caso documenta circulación, no recepción.

79 Barthes, *Mitologias*, “El mundo del catch”, pp. 15–16.

80 La elección de casos de campos distintos sigue el ejemplo de Melo y Pozobon (2025), que analizan a André Janones y Nikolas Ferreira en paralelo; los demás criterios son del artículo.

81 Congresso em Foco, 7/10/2024, y Agência Brasil, 5/10/2026, para 2022 (cerca de 36 mil votos y suplencia); demás votaciones en la sección 4, nota 34.

82 Melo y Pozobon (2025), RAE-IC, sobre catorce publicaciones de 2022.

83 Jovem Pan, 3/10/2022, para 2022; Metrôpoles, 6/10/2026, para 2026; Poder360, 25/10/2022, para la declaración sobre la “guerrilla digital”.

84 Jovem Pan, 3/10/2022, para 2022; Agência Brasil, 5/10/2026, para 2026.

85 Poder360, 5/10/2026, para 2022 (111.588 votos), para 2026 (560.223 votos) y para el registro de la mayor votación para la Cámara en la historia del estado; Agência Brasil, 5/10/2026, para el total de 2026.

86 Adrilles Jorge: Band, 3/10/2022 (91.485 votos, 0,39 %); Netinho de Paula: Congresso em Foco, 13/10/2010 (7.773.327 votos); Pavanato: sección 4, nota 34, y Congresso em Foco, 7/10/2024. Ribeiro y Oliveira (2024) comentan, a propósito de la elección municipal de 2024, el desempeño de Adrilles Jorge por debajo de lo que su base de seguidores haría esperar, en contraste con el de Pavanato. Sobre 2010, Congresso em Foco, “Apenas cinco ‘famosos’ elegem-se na Câmara”, 4/10/2010: Romário, Tiririca, Danrlei, Stepan Nercessian y Jean Wyllys.

87 Manin, pp. 210–211; van Dijck, *The Culture of Connectivity*, p. 130.

88 Habermas, §22, p. 247; Manin, p. 219.

89 Street (2004); Manin, p. 221; Postman, cap. 9 (el padre del autor y la anécdota de Big Tim Sullivan, de Tammany Hall); Manin, p. 238: “Election inevitably selects elites, but it is for ordinary citizens to define what constitutes an elite

and who belongs to it”. Bauman, *Vida para consumo*, trad. Carlos Alberto Medeiros (Zahar, 2008), cap. 4 (“Bajas colaterales del consumismo”), citando a Furedi, recuerda que la crítica consumista de la democracia representativa es “fundamentalmente antidemocrática”; la advertencia vale contra criterios elitistas de aptitud.

90 Manin, p. 160: “freedom of choice is not secured if the specific content of the superiority is determined solely by external factors and circumstances. The distinctive traits of those who are elected ought, as far as possible, to result from a conscious and deliberate choice of the electorate”. Van Dijck, Poell y de Waal, p. 146, añaden que los mecanismos de selección no son “intrínsecamente defectuosos” (“selection mechanisms are [not] intrinsically faulty”; traducción nuestra), lo que descarta cualquier inferencia de incapacidad a partir del éxito digital.

91 Ribeiro y Oliveira, “Popularidade digital e sucesso eleitoral”, *Boletim de Políticas Públicas/OIPP*, n. 43 (sept.–oct. 2024): R^2 de 0,15, 0,14 y 0,18 para seguidores y de 0,05, 0,04 y 0,12 para gastos, en São Paulo, Río de Janeiro y Belo Horizonte, entre los cien candidatos a concejal más votados de cada ciudad en 2024. La lectura es nuestra, y la muestra, restringida a los más votados, no permite inferencia causal. Manin, p. 144: la difusión de información sobre candidatos “favors those able to mobilize greater resources”; van Dijck, Poell y de Waal, p. 44, sobre métricas comprables; para Brasil, Braga y Carlomagno, “Eleições como de costume?”, *Revista Brasileira de Ciência Política*, 26 (2018), pp. 7–62, constatan, a lo largo de las campañas de 1998 a 2016, que “los actores con más recursos (tanto candidatos individuales como partidos políticos) poseen una ventaja competitiva decisiva en la disputa por el voto en internet” (p. 41).

92 Manin, p. 146.

93 Habermas, §18, p. 202; Han, *Infocracia*, cap. “Infocracia”; van Dijck, *The Culture of Connectivity*, p. 63, sobre usuarios que se apropian de los protocolos de Facebook y los impugnan.

94 Todorov et al. (2005); Tsfati et al. (2022).

95 Manin, p. 146. La hipótesis de esta apertura no afirma que el elector deje de aprender; afirma que el aprendizaje depende de que las evidencias capaces de contrariar la presunción estén disponibles y sean consideradas, y que la presentación del mandato en las formas que sostuvieron la candidatura puede reducir la disponibilidad o el peso de esas evidencias.

96 Manin, p. 160.

97 Habermas, §23, p. 270: la disputa entre la publicidad crítica y “aquella publicidad que se organiza solo con fines manipuladores”, cuya escala “indica el grado de democratización”; van Dijck, Poell y de Waal, cap. 7, sobre la gobernanza de los mecanismos de selección. Sobre la revisión de 1990, sección 3, nota 20.